

deporcam

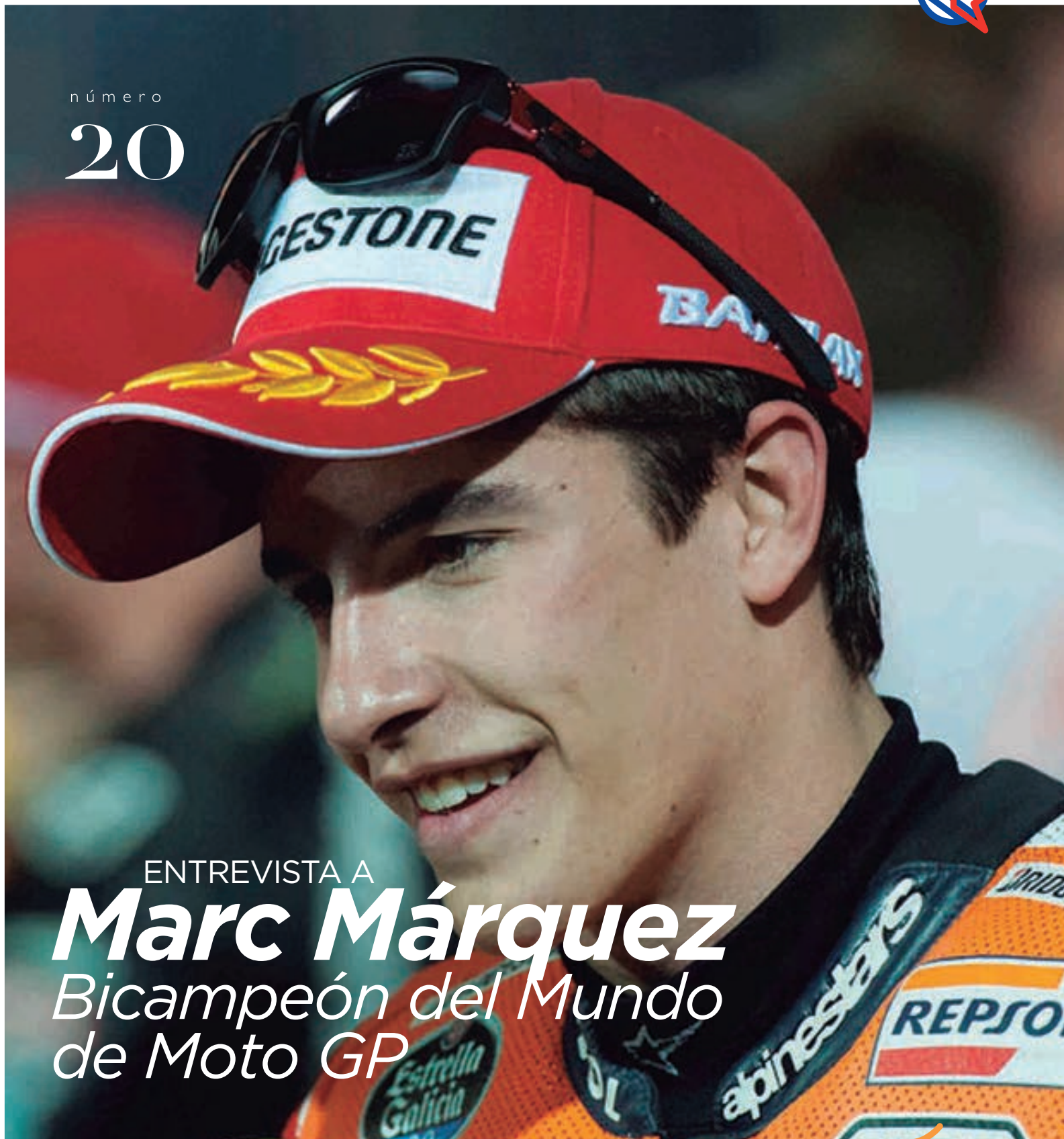
noviembre / diciembre 2014

LA REVISTA DEL CÍRCULO DE GESTORES



número

20



ENTREVISTA A

Marc Márquez

Bicampeón del Mundo
de Moto GP

BIENVENIDO EL
GO FIT VALLEHERMOSO

GESTIÓN DE
LA CULTURA
CORPORATIVA

LA PALESTRA
DEL CÍRCULO
DE GESTORES


INACUA
CENTRO DEPORTIVO

- PRESTACIÓN DE SERVICIOS DEPORTIVOS
- DEPORTE Y AVENTURA
- CONSTRUCCIÓN Y EXPLOTACIÓN DE INSTALACIONES DEPORTIVAS
- CONSULTORÍA Y ASESORAMIENTO
- EQUIPAMIENTO DEPORTIVO
- FORMACIÓN Y PUBLICACIONES



T 91 643 09 62
www.inacua.com

ferrovial
servicios



sumario

La fidelidad futbolística **5**

Hacer que suceda una cuestión de actitud **6**

Fallecimiento de Emilio Cea **8**



18

La Palestra del Círculo **20**

Guerra Civil en la Armada Invencible **22**

Ferrovial Servicios adjudicataria de los Servicios de mantenimiento, limpieza, control, vigilancia acuática y consultoría de la Piscina Cubierta del Centro Cívico San Agustín **25**

ENTREVISTA: Marc Márquez **14**

Ana Botella inauguró el CDM GO fit Vallehermoso **18**



Una perspectiva socio-económico del Deporte Profesional **10**

Aquel día en que el Balonmano rozó el cielo **30**

La actividad física y el deporte en el entorno laboral: una rentabilidad asegurada **34**

El círculo vicioso del marketing y el éxito deportivo **48**



44

El Deporte renace en otoño **40**

Ayudas ergogénicas en el deporte **44**

Self Improvement: decidir con criterios de conveniencia **46**

Gestión de la Cultura Corporativa **26**

A sus pies don Telmo **29**



Yo el cliente...agradecido **50**

Una de catársis para la "roja" **52**

directorio

Coordinador Editorial Carlos Leal

Redacción Fco. Javier Martín, Paola Abril

Edita Inacua&Ferrovial 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

Impresión Copysell, S.L.

Diseño y realización AG MK Online

Depósito Legal M-12557-2011

La revista no se hace responsable necesariamente de las opiniones expresadas por sus colaboradores.

CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS

Presidente D^{ña}. Milagros Díaz Díaz

Vicepresidente D. Benito Pérez González

Secretario D. Carlos Delgado Lacoba

Tesorero D. Manuel Gutiérrez Landaluce

Vocales

D. Antonio Montalvo del Amo
D. Lucas Eduardo Peñas Gómez
D. Rafael Gutiérrez Guisado
D. Luis Nieto Orihuela
D. José Luis Gómez Calvo
D. José Antonio Sevilla Torrecilla.
D. Juan Carlos Rey Rico
D. Fernando Andrés Pérez
D. Francisco José Cuevas Morales
D. Ricardo de las Heras Baraja



La marca de la gestión forestal responsable



+34 914 885 525 | matrixfitness.es

MATRIX

MATRIX LA EMPRESA FITNESS CON EL
MAYOR CRECIMIENTO A NIVEL MUNDIAL



Javier Callejo

La fidelidad futbolística

¿Qué harían ustedes si fuesen Vicente del Bosque y les hubiese tocado lidiar con “las lesiones” de Diego Costa y Cesc Fábregas?... Seguro que “el temita” ha sido motivo de tertulia, de la que ninguno de ustedes ha huido... me atrevo a más... seguro que han dejado constancia de su postura con tanta vehemencia como pasión ponen en las celebraciones de los goles de su equipo.

Y es que a todos nos han sentado mal las ausencias de los jugadores del Chelsea, detrás de las que es imposible no pensar que se encuentre la mano de Mourinho. No entendemos, que un futbolista haga cuentas con una convocatoria de la selección, pensando en si le cuadran con las de su club.

Y qué quieren que les diga... en otras disciplinas deportivas, o no se conocen o no se dan por aquello del poder del deporte rey... pero lo del fútbol, es de juzgado de guardia.

Que no se nos escape así de rápido el asunto. Del lado de la balanza de Mou, se puede decir que mira por los intereses de su pagador, que es el mismo que el de los jugadores y quedarse tan pancho... bien. De justicia será cargar en el platillo de Vicente Del Bosque, que también cuida de los intereses de la selección, que si bien no paga a los jugadores, salvo primas por determinados y contadísimos objetivos, reporta prestigios no tangibles que no tardan en convertirse a euros. Poderoso caballero es don dinero.... Maldito dinero entonces si es a ese fin al que vamos a dar con todos los huesos de las decisiones. Uno, desde sus sueños de niño que se resiste a abandonar por muchos años que cumpla y como buen amante del deporte y del fútbol, se niega a quitarse determinadas caretas. ¿Jugar en la selección de mi país? CUANDO HAGA FALTA!!!

Hay varias puntualizaciones que quiero hacer antes de cerrar esta polémica carpeta, que no tardará en volver a abrirse... El aficionado, como usted y como yo, no entiende que un futbolista no se vende los ojos ante la llamada de su selección. Por otro lado, Mourinho no es un entrenador solidario. Va a su rollo, y como va a su rollo, no le interesa el de los demás. Así que es coherente con su forma de pensar. Vamos que España se la trae al paio. Pero me gustaría que alguien de peso en la selección se lo recordase, en defensa de lo que debe cómo debe obrar la selección. Y que si hablan que se entienda, porque eso de estar constantemente calmando las aguas, resulta tan estéril como absurdo, cuando bajan revueltas. Porque aquí, con Diego Costa y Cesc Fábregas en Londres junto a Mourinho, quien sale perjudicada es la selección española. La imagen, la autoridad de una marca que es campeona de Europa y del Mundo... títulos, al parecer, de poco peso para algunos “profesionales de este negocio”.

Termino. Nos han tomado el pelo. A los aficionados digo. Y el día de mañana, que no nos pidan la complicidad con el error. Al menos mi beneplácito no lo tendrán los que un día menospreciaron a mi selección, a la de todos los españoles. Y fallarán los Sergio Ramos, Koke, Pedro o Paco Alcácer... y habrá que seguir apoyándoles. Pero han de saber que también fallarán los otros, y volverá a abrirse de par a par la polémica.

Recuerdo para quien se hubiese podido despistar que los servicios médicos de la Federación no vieron lesión ninguna en las pruebas realizadas sobre las molestias de Cesc Fábregas. Y recuerdo también que el nacionalizado con conveniencia que no por sentimiento, Diego Costa jugó un partido completo con el Chelsea antes de urdir su no convocatoria.

Enhorabuena Mourinho. Tú ganas... otra vez. ◀

Hacer que suceda, UNA CUESTIÓN DE ACTITUD

Hay cuatro tipos de personas en el mundo: las que hacen que las cosas cambien, las que se esfuerzan por que las cosas cambien, las que miran cómo cambian las cosas y las que se preguntan en qué momento cambiaron las cosas.

Proverbio chino

Alberto Dorado Suárez
adorado@jccm.es



optimismo

“las personas optimistas y positivas rinden entre un 65% más que las pesimistas y sufren menos enfermedades. Por tanto, para afrontar el día a día de nuestra gestión se debe disponer de una buena dosis de optimismo.”

Según algunos autores “el rendimiento está vinculado al coeficiente de **optimismo**” por lo que transmitir con habilidad una actitud que predice lo mejor y lo más positivo de todo, dentro y fuera de nuestra organización, podrá ayudar a diseñar nuestro propio futuro y convertir las mejores prácticas de nuestra organización en buenas políticas. Si dicha capacidad para ser optimista se adopta de una manera “inteligente” y con un enfoque pro-activo, aceptando las cosas como son, de manera realista, será mucho más fácil poner en movimiento el talento y los recursos de los que se dispongan.

Quizás alguien después de leer el párrafo anterior pensará ¿de verdad tenemos motivos para impulsar algunos aspectos de nuestra gestión a través el **optimismo**? Muchas personas opinamos que sí. Según Duró (2008), estadísticamente las personas optimistas y positivas rinden entre un 65% más que las pesimistas y sufren menos enfermedades. Por tanto, para afrontar el día a día de nuestra gestión se debe disponer de una buena dosis de optimismo. ¿Alguien se imagina a Nadal con una actitud pesimista en los instantes previos a salir a una cancha y afrontar un nuevo reto? En el mundo del deporte somos optimistas por naturaleza y consideramos que para su gestión descubrir el poder de la actitud optimista, nuestra o de cualquier colaborador, puede ayudar a mejorar el rendimiento y

conseguir cambiar el futuro de nuestra organización. Esto se hace todavía más necesario para afrontar los retos y adaptarse a los cambios en condiciones adversas. Y la crisis actual presenta muchas de ellas. La predisposición a percibir el lado positivo de las distintas situaciones diarias, sin perder un instante en lamentarse de lo que no va bien, sino alineando los esfuerzos para corregirlo, y focalizar las cosas en la parte positiva de cualquier cuestión supone la mejor manera de afrontar cualquier reto planteado.

¿Por dónde empiezan los proyectos más relevantes en una organización deportiva? ¿A quién se involucra desde el principio? En general, para poder generar oportunidades se debe empezar por uno mismo. Con el **optimismo**, la motivación y el compromiso necesarios para inspirar a la acción y una serie de cambios en los demás y, entre todos, contribuir a modelar el futuro. Si bien, lo que realmente parece tener un efecto mayor en el resultado final son los niveles emocionales previos de cualquiera de nosotros al hacer frente a un desafío.

Es esta forma de actuar el punto donde comienza el futuro. El mejor ambiente para generar las condiciones idóneas y que aflore lo mejor de cada uno de los trabajadores de la entidad. Obviamente los esfuerzos deben estar posicionados en una propuesta tangible, vinculada con la gente y



con la política de la organización. Por tanto, a partir de las conductas personales, la acción se debe centrar en los “cómos”.

En dicho escenario, también se debe considerar que será difícil llegar a tener un nivel de confort como el que disfrutamos en nuestra sociedad hoy en día, equivalente casi al nivel de insatisfacción que también gozamos. Por ello afrontar el día a día bajo esta corriente de pensamiento, basada en un “optimismo inteligente”, supondrá beneficiarse de mejoras en el rendimiento de nuestra entidad y de nosotros mismos apoyadas en una nueva forma de gestionar, en una nueva forma de saber hacer que las cosas sucedan.

Si acepta algunas de estas reflexiones, tiene algunas razones más para motivar su conducta de manera optimista, contagiar a la de los que están a su alrededor, y modelar su destino y el de su entorno. Por tanto, para que las cosas sucedan con una visión práctica, sólo hágalo. ◀

FALLECIMIENTO EMILIO CEA

A finales del mes pasado, nuestro amigo Emilio Cea nos dejó a la edad de 70 años

Emilio, fue tesorero y gerente de la Real Federación Española de Atletismo hasta finales del año 1992, vísperas del mayor acontecimiento internacional que se ha celebrado en España, los juegos Olímpicos de 1992, donde fue destacado protagonista en el pergeño de ese evento que situó a España en el primer plano de los focos internacionales. Durante más de una década también fue tesorero de la Asociación Iberoamericana de Atletismo y presidió la Mutualidad General Deportiva desde 1993 hasta 2012, contribuyendo de manera decisiva a la estructuración y normalización del deporte español.

Si el poeta vasco Gabriel Celaya persiguió toda su vida ser protagonista de su historia contemporánea, ..."seré no sé bien cómo, parte del gran concierto"... Emilio Cea quedará en nuestro recuerdo como un hombre que ayudó a cambiar la historia del deporte español e integrarlo definitiva y permanentemente en la cultura española con la práctica generalizada y regulada del deporte federado.

Los que le conocimos de cerca podemos asegurar que Emilio tenía una forma de ser que le hacía único e indiscutible. Paseaba ademanos de antaño de genuino caballero español, con una línea de conducta sabia, recta y clara en estos sorprendentes tiempos de hoga-



ño, regalando su amistad y magisterio por doquier, siendo modelo y ejemplo de emulación para los suyos y para los que fuimos sus amigos.

Hoy en estos momentos desgarradores del adiós a Emilio nos han venido a la memoria los versos de despedida de Gabriel Celaya, ... yo seguiré muriendo, yo seguiré siguiendo, seré no sé bien cómo, parte del gran concierto... Emilio no solo fué parte principal en el gran concierto, sino que lo dirigió con maestría de artesano dejando para la posteridad y el recuerdo de su gente algo tan sutil como un permanente aroma. ◀

Manuel Zambrana


MOYPE SPORT
 European Sport Company

Creamos deporte

d/ C/ Galileo Galilei, 115 - Pol. Industrial Valdearenal Norte
 Arroyomolinos - 28939 Madrid
 t -34 91 668 70 44 f 91 668 64 14
 e comercial@moype.com
 www.moype.com




INSIGNIA SERIES

MODERNIDAD Y ELEGANCIA

Los equipos Insignia Series suponen un nuevo estándar en los equipos de fuerza.

Su diseño exclusivo, su biomecánica testada y las diferentes opciones de personalización realzan su instalación. ¡Cree un espacio de musculación único y atractivo!

 www.facebook.com/lifefitnessiberia

 www.youtube.com/lifefitness

LifeFitness

WHAT WE LIVE FOR

Una perspectiva socio-económica del Deporte Profesional



REPORTAJE

Autores: Carlos Gómez-González, Jorge García-Unanue, Javier Sánchez-Sánchez, José Luis Felipe, Álvaro Fernández-Luna, Pablo Burillo, Sergio Rodríguez-Cañamero, Esther Ubago-Guisado, Enrique Colino, Jorge López-Fernández, Víctor Villacañas-Guardia, Mebin Sam-Mathew y Leonor Gallardo.

“La FIFA World Cup 2010 en Sudáfrica fue vista, por 3.200 millones de personas en 214 países (KantarSport, 2010), mientras que los Juegos Olímpicos de Londres alcanzaron los 3.600 millones de telespectadores en 220 países”

El deporte, como no podía ser de otro modo, también ha experimentado una importante transformación dada la necesidad de adaptarse a las nuevas características y exigencias de aquellos que lo practican y lo consumen.

Este cambio en el concepto de deporte, en sus estructuras y su gestión, ha resultado ser de especial relevancia en el deporte profesional o deporte “espectáculo”. Varios factores han contribuido durante las últimas décadas al crecimiento de los megaeventos deportivos, máximo exponente del deporte espectáculo. Así, los avances tecnológicos en la comunicación de masas, la formación de una alianza “deporte-medios de comunicación-negocio” (derechos de patrocinio, televisivos y merchandising) y las oportunidades de promoción para las ciudades o países que hospedan estos eventos han multiplicado el impacto socio-económico, político y cultural del deporte en la sociedad (Horne & Manzenreiter, 2006). Los juegos de la Commonwealth, las citas mundialistas

de fútbol o los Juegos Olímpicos son algunos de los ejemplos por excelencia de grandes eventos deportivos de impacto internacional.

Todo ello ha hecho que eventos deportivos internacionales lleguen a millones de espectadores en todo el mundo. La FIFA World Cup 2010 en Sudáfrica fue vista, en algún momento puntual, por 3.200 millones de personas en 214 países (KantarSport, 2010), mientras que los Juegos Olímpicos de Londres alcanzaron los 3.600 millones de telespectadores en 220 países (International Olympic Committee, 2012).

El caso de grandes ligas deportivas profesionales no es diferente al de estos megaeventos. Así, los 3.3 millones de espectadores de media que alcanzó la liga regular americana de béisbol (Major League Baseball) los domingos por la tarde en 2007 (SBD, 2009) justificaron el pago de 2.37 billones de dólares por los derechos televisivos de dicha liga durante 8 años que acordó ESPN y que se haría efectivo a partir de 2013 (ESPN, 2005).



¿CÓMO SE ANALIZA UNA LIGA DEPORTIVA PROFESIONAL DESDE UN PUNTO DE VISTA ECONÓMICO Y COMERCIAL?

La **cantidad de dinero** que rodea al deporte profesional en forma de contratos multimillonarios de televisión, publicitarios o de exclusividad de merchandising, entre otros, parece justificar la existencia de estudios científicos que analizan y comparan ligas profesionales y su relación con la atracción de espectadores. En consecuencia, el análisis de las variables que tienen una relación directa con el interés de los espectadores por las distintas ligas profesionales se ha convertido en el gran objeto de estudio de los expertos en Economía del Deporte.

La asistencia a los estadios y el seguimiento televisivo son dos factores dependientes del interés de los aficionados por las ligas y está íntimamente relacionado con el rendimiento económico de las mismas. Esta necesidad de atraer espectadores y maximizar el beneficio exige a las grandes ligas profesionales evolucionar y adaptarse

constantemente a las nuevas demandas del mercado. Las nuevas formas de organizar el ranking de la UEFA y establecer los cruces de la fase previa de la Champions League, los cambios de formato en la Liga Adelante, incluyendo un sistema de play-offs que aumente la incertidumbre, o la enorme cantidad de partidos jugados en la NBA y la MLB debido a sus formatos, son algunos de los ejemplos más llamativos. Muchas de estas medidas, en concordancia con otro tipo de regulaciones y normativas adoptadas por las ligas profesionales, son implementadas para mejorar su competitividad interna y aumentar los niveles de incertidumbre de los partidos.

De este modo, la consecución de altos niveles de balance competitivo se ha convertido en una prioridad para los dueños y dirigentes de las grandes ligas con el fin de maximizar su repercusión mediática. El análisis del balance competitivo ha sido llevado a cabo de formas muy dispares por economistas y expertos de la gestión. El estudio de la evolución de las ligas en términos de competitividad durante >>

“la cantidad de dinero que rodea al deporte profesional parece justificar la existencia de estudios científicos que analizan y comparan ligas profesionales y su relación con la atracción de espectadores.”

varias temporadas, así como su posterior comparación con otras ligas extranjeras o nacionales del mismo u otros deportes, está muy desarrollado en la literatura. Sin embargo, dentro del amplio rango de metodologías utilizadas para analizar este parámetro, el uso de cuotas de apuestas deportivas para extraer las probabilidades de victorias de los equipos parece ampliar las posibilidades que las posiciones en los rankings y el número de puntos ofrecían hasta el momento. El mercado de apuestas deportivas refleja de una forma prospectiva, es decir, de forma previa a los partidos, las percepciones de los espectadores; quienes a través del empeño de su dinero están facilitando información objetiva sobre la distribución de talento de los equipos y los niveles de incertidumbre de los partidos.

EL CASO DE ESTADOS UNIDOS

Estos esfuerzos por aumentar el seguimiento mediático y maximizar el rendimiento económico de las ligas profesionales incentivando el balance competitivo son llevados al extremo en Estados Unidos. Las evidencias extraídas de la literatura científica han llevado a que las grandes ligas, es decir la NBA, MLB, NFL, MLS y NHL, hayan adaptado sus estructuras y sus formatos durante las últimas décadas, incorporando restricciones económicas, para equiparar la distribución de talento entre los equipos y, con ello, el balance competitivo de la competición. Los efectos de estas regulaciones de índole económica como, por ejemplo, los límites salariales, impuestos de lujo, reparto de beneficios o drafts de orden inversos sobre el balance competitivo, así como la atracción de espectadores, han sido ampliamente analizados en la literatura científica.

Este interés de los espectadores por la competición y el impacto socio-económico que de él se deriva han sido utilizados como argumento en temas tan complejos y controvertidos como el destino de fondos públicos para financiar la construcción de grandes estadios y complejos deportivos que serán explotados desde la iniciativa privada. La complejidad política y social de esta cuestión es de tal magnitud que esta decisión ha sido sometida a referéndum en varias ciudades estadounidenses para su aprobación. Un ejemplo destacado fue la construcción del estadio CenturyLink Field en Seattle tras la aprobación ciudadana en el año 2002 y cuyo uso es compartido por el equipo de la NFL (Seattle Seahawks) y el de la MLS (Seattle Sounders).

Toda esta dimensión económica y de gestión que se atribuye al deporte profesional otorga a las ligas profesio-



nales estadounidenses una posición puntera a nivel internacional en cada uno de sus respectivos deportes.

Tanto es así, que incluso la MLS, la liga menos relevante a nivel internacional y que, tradicionalmente, se ha visto eclipsada por otros deportes con más impacto en el ámbito nacional, está experimentando una evolución y un crecimiento notorio en los últimos años. Las estrategias de expansión llevadas a cabo hasta el momento (construcción de nuevos estadios, creación de nuevas franquicias o incorporación de jugadores de reconocimiento internacional), sumadas a los buenos valores de balance competitivo (muy por encima de las grandes ligas europeas), vaticinan un porvenir prometedor para la liga en un futuro no muy lejano. ◀

“ el interés de los espectadores por la competición y el impacto socio-económico que de él se deriva ha sido utilizado como argumento en temas tales como el destino de fondos públicos para financiar la construcción de grandes estadios y complejos deportivos que serán explotados desde la iniciativa privada.”

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ESPN (2005). ESPN to add Monday night baseball in new deal, [En línea]. Recuperado de: <http://sports.espn.go.com/mlb/news/story?id=2161573> [Fecha de consulta: 23 Octubre 2014].
- Horne, J., & Manzenreiter, W. (2006). An introduction to the sociology of sports mega_events. *The Sociological Review*, 54(2), 1-24.
- International Olympic Committee (2012). Marketing report London 2012, [En línea]. Recuperado de: http://www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/London_2012/LR_IOC_MarketingReport_medium_res1.pdf [Fecha de consulta: 22 Octubre 2014].
- KantarSport (2010). 2010 FIFA World Cup South Africa: Television Audience Report, [En línea]. Recuperado de: <http://www.fifa.com/mm/document/affederation/tv/01/47/32/73/2010fifaworldcupsouthafricatvaudiencereport.pdf> [Fecha de consulta: 22 Octubre 2014].
- SBD (2009). ESPN, Fox See MLB Ratings, Viewership Decline For Regular Season. *Sports Business Daily*. [En línea]. Recuperado de: <http://www.sportsbusinessdaily.com/Daily/Issues/2009/10/Issue-24/Sports-Media/ESPN-Fox-See-MLB-Ratings-Viewership-Decline-For-Regular-Season.aspx> [Fecha de consulta: 23 Octubre 2014].

240
serrano
SPORTS CLUB

**EL CENTRO DEPORTIVO
MÁS EXCLUSIVO
YA ES UNA REALIDAD**

Bienvenido a Serrano 240 Sports Club, **un nuevo concepto de club** donde el lujo y lo último en equipamiento deportivo van de la mano.

Un espacio único con socios tan especiales como usted.

Con las mejores instalaciones y los mejores servicios. Las últimas tendencias en actividades, entrenamiento personal, pádel, spa masculino y femenino, fisioterapia, belleza, electroestimulación, nutrición, aparcamiento propio y restaurante.

Número limitado de socios. Ahora es el momento de formar parte de este espacio único en Madrid.



S240
SERRANO SPORTS CLUB

www.serrano240.es

T: 91 344 06 97 | info@serrano240.es

C/ Serrano 240, semiesquina C/ Príncipe de Vergara 227



“Nunca he sentido miedo encima de una moto”

Es el hombre del momento. Se proclamó campeón del mundo de Moto GP a falta de tres carreras , tras una temporada inolvidable en la que consiguió 10 victorias consecutivas. Es el segundo título en la máxima categoría, y también ha sido campeón en las inferiores. El genio de Cervera está grabando su nombre con letras doradas en la historia del moto ciclismo. Es **Marc Márquez**, y sólo tiene 21 años.



DC: Hola Marc, muchas gracias por atendernos y felicidades por el segundo título consecutivo en Moto GP. ¿Cuál ha sido la clave para un triunfo relativamente cómodo esta temporada?

R: No ha sido tan fácil como parece. Desde la primera carrera hemos tenido luchas muy duras con Rossi, Pedrosa y Lorenzo. Ganar 10 carreras seguidas pueda dar a pesar que ha sido muy fácil, pero ha sido ante rivales durísimos.

DC: Tras la lesión en pretemporada, ni tú mismo esperabas un comienzo de campeonato tan fulgurante, ¿no?

R: La verdad es que la pretemporada fue dura con la lesión en el peroné y la recuperación, pero con el trabajo del equipo todo fue más fácil, y conseguimos hacer un buen inicio. Fue muy

importante para el campeonato.

DC: Tras las 10 victorias seguidas, todo parecía encarrilado para cerrar pronto el Mundial, pero finalmente tardaste algo más en conseguirlo. ¿Es complicado cerrar un Mundial aun teniendo una ventaja tan amplia?

R: La verdad es que los errores en las últimas carreras me han hecho valorar más el haber ganado el Mundial. La primera parte de la temporada fue muy buena, pero parecía que el título no quería llegar. Cometí algún fallo, quizás provocado por un pequeño exceso de confianza por tener un margen tan amplio. Las victorias del principio me han permitido el lujo de poder arriesgar un poco más, que no siempre sale bien. Pero tenía claro que quería conseguir el título, y al final fue en Motegi, en casa de Honda, que fue >>





muy bonito.

DC: ¿Qué es más importante para triunfar, la calidad de la moto o la del piloto?

R: Creo que es un paquete entre la moto, el equipo y el piloto. Un piloto necesita un compromiso, y en este caso creo que tengo la suerte de disfrutar de todo ello. No significa que la Honda sea la mejor moto, pero sí lo es para mi estilo de pilotaje.

DC: Tus padres han sido muy importantes en tu carrera, esforzándose para que pudieras competir año tras año. ¿Qué les dices ahora que eres bicampeón del mundo?

R: Todo el esfuerzo se ha visto recompensado, y les estoy totalmente agradecido. Un piloto puede ser bueno, pero sin un equipo y una familia que conformen una buena atmósfera a su alrededor es casi imposible ser buen piloto profesional. Les debo todo a ellos.

DC: ¿Crees que es determinante tener una actitud positiva cómo la que abanderas a la hora de pilotar?

R: Determinante no lo sé, pero sí que influye de manera positiva. Es importante afrontar cada momento de la forma más positiva, te ayuda a superarte día a día.

DC: ¿Cuáles han sido el mejor y peor momento de tu vida sobre una moto?

R: Tengo la gran suerte de haber vivido muchos momentos buenísimos, como cada uno de los títulos mundiales. Cada uno es especial. El de 125cc, porque era el primero, y siempre hace muchísima ilusión. El de Moto2 fue una gran satisfacción, especialmente por lo ocurrido en el año anterior y la lesión en el ojo. Lo conseguí y me quitó la espinita de rabia. Después el del año

“Un piloto puede ser bueno, pero sin un equipo y una familia que conformen una buena atmósfera a su alrededor es casi imposible ser buen piloto profesional. Les debo todo a ellos.”

pasado fue una sorpresa para todos, y en este último sólo puedo dar las gracias a todo el equipo.

El peor fue sin duda la lesión en 2011, que me tuvo 5 meses con visión doble. Estuve a punto de no poder volver a correr.

DC: Has sufrido varias caídas durante tu carrera. ¿Cómo se lleva el miedo encima de la moto tras varias lesiones?

R: Realmente nunca he tenido miedo encima de una moto. Sí es cierto que después de una caída fuerte sientes algo, no miedo, pero sí respeto. Cuando te subes de nuevo esa sensación te dura una vuelta, dos, tres... Pero yo intento pasar página rápido y volver a coger la confianza.

DC: Después de ser campeón en las tres categorías, y lograr la doble corona en la máxima competición, ¿qué retos se le pasan por la cabeza a Marc Márquez?

R: Simplemente seguir igual. Tenemos que seguir trabajando duro cada día para poder volver a ganar el año que

viene.

DC: ¿Es fácil mantener la motivación para seguir ganando?

R: Sí, sacas la motivación de todas partes, especialmente del propio hecho de haberlo hecho bien un año. Intentas mantener la misma línea, seguir progresando, y el equipo también te empuja a ello.

DC: ¿Hay algún consejo que te haya marcado especialmente?

R: Una vez me dijeron algo muy inteligente, y yo también he intentado transmitirlo a mi hermano Álex. Haz siempre lo que tú quieras, lo que entiendas. Las decisiones hay que tomarlas por uno mismo, y ya habrá tiempo para rectificar.

DC: ¿Qué le dirías a aquellas personas que te tienen como referente?

R: Simplemente que disfruten, que hagan lo que más les guste y se esfuerzen al máximo por ello. Y que por muy difíciles que parezcan las cosas ahora mismo, siempre hay un caminito abierto. ◀

MOYPE SPORT RENUEVA EL PAVIMENTO INSITU DEL PABELLÓN DE LA LUZ EN TRES CANTOS

Con los productos Cónica se consigue un resultado espectacular con una inversión ajustada. Ahora con MOYPE es posible renovar tu pavimento insitu con una pequeña inversión. Solo hay que ver el antes y el después...



NUTRITION
To Go

QUALITY
PACK

www.nutrisport.es



Ana Botella inauguró el CDM GO fit Vallehermoso

El pasado miércoles 12 de noviembre tuvo lugar la inauguración oficial del Centro Deportivo Municipal GO fit Vallehermoso. Al acto asistieron la alcaldesa de Madrid, Ana Botella, y el presidente del grupo Ingesport, Gabriel Sáez, así como los embajadores y atletas de GO fit.

Durante la visita, las autoridades, invitados y los embajadores de GO fit pudieron conocer las instalaciones del centro así como las actividades que se imparten para todos los abonados, que un mes después de su apertura ya sobrepasan los 16.000.

El **CDM GO fit Vallehermoso**, con sus 26.724 m², es uno de los centros deportivos más grandes, mejor equipados y más accesibles de toda España; dando trabajo a un total de 80 personas, 50 de las cuales lo son en puestos directos y 30 en puestos indirectos.

Adaptiv Bike, Zumba o Adaptiv Box son algunas de las clases dirigidas que se ofertan. GO fit quiere que toda la familia practique deporte, por eso en el centro también está disponible el programa GO fit Kids, con actividades diseñadas exclusivamente para los más pequeños.

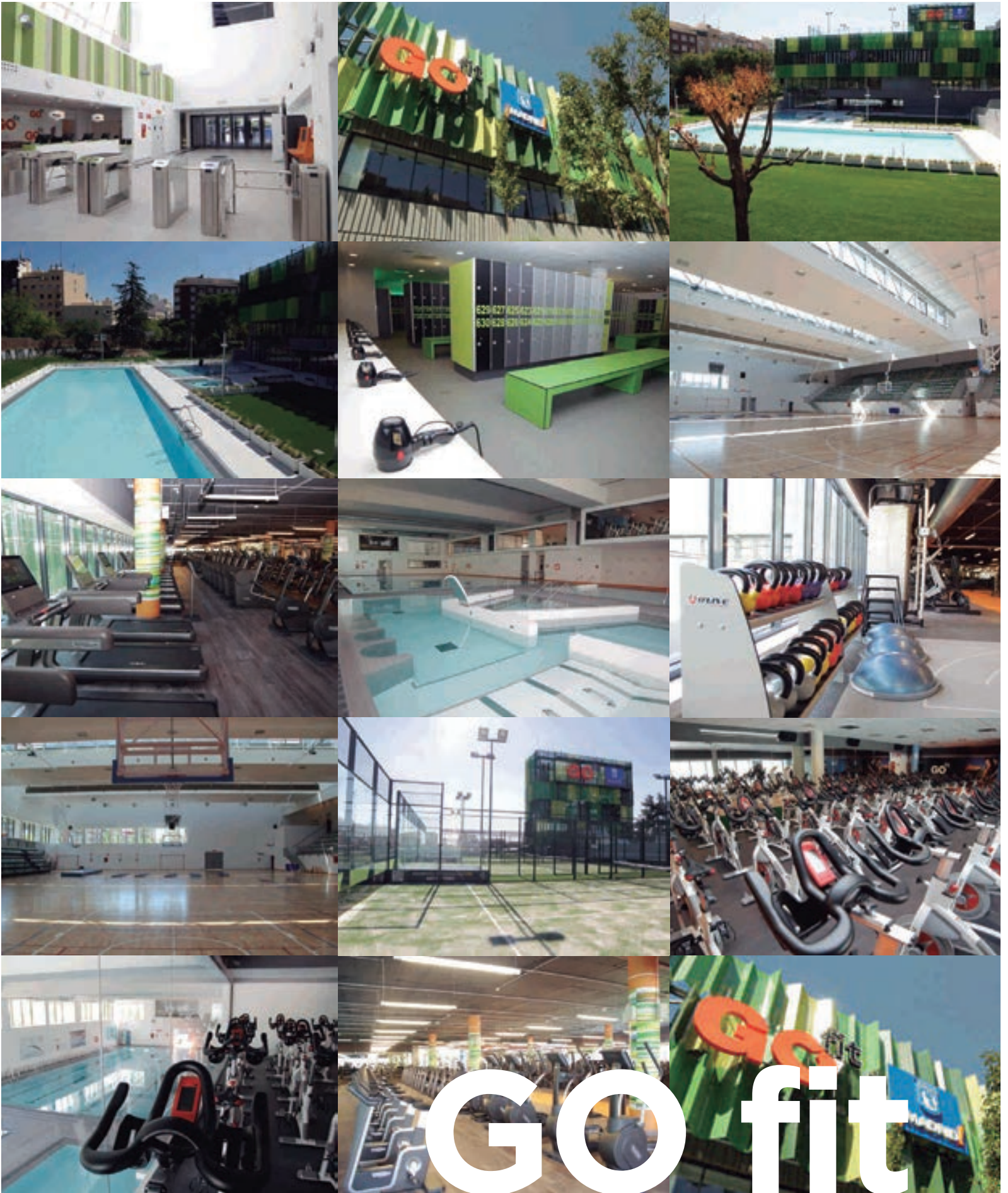
La instalación municipal cuenta con un pabellón polideportivo cubierto con **gradas para 1.000 espectadores**. Además, dispone de una piscina cubierta con salida al solárium, spa (interior y exterior), sauna, baño de

El centro deportivo abrió sus puertas a los socios el pasado 22 de septiembre, como un punto de encuentro de la salud y el deporte equipado con lo último en tecnología deportiva.

vapor y jacuzzi exterior, y otros espacios de uso deportivo. Incluye una piscina exterior de verano y en la azotea hay instaladas 3 pistas de pádel.

El nuevo centro deportivo ha supuesto una **inversión de 16 millones de euros** por parte del grupo Ingesport, que gestiona la cadena de centros deportivos GO fit; una cadena en pleno proceso de expansión tanto a nivel nacional como internacional, con 12 centros ya abiertos y 4 centros que serán inaugurados próximamente. En total, durante los últimos 5 años, la inversión ha sido de unos 130 millones de euros, para construir centros deportivos con diseños arquitectónicos de vanguardia, equipamientos y oferta de servicios de primer nivel y una extraordinaria relación calidad-precio para sus más de 100.000 abonados actuales. ◀





GO fit

Vallehermoso

EL PASADO 20 DE NOVIEMBRE SE CELEBRÓ UNA NUEVA JORNADA TÉCNICA DEL CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS DE MADRID



El evento tuvo lugar en el Polideportivo municipal Parque del Sureste en Rivas Vaciamadrid situado en la c/ Mirador.

En esta ocasión, los colaboradores fueron:

El **Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid**, con D. José Juanas, jefe de servicios de deportes del Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid, que dió la bienvenida a los asistentes a la jornada.

Por parte del **Círculo de Gestores Deportivos de Madrid** intervinieron Rafael Gutiérrez y Benito Pérez González, que agradecieron a los intervinientes y asistentes, por su participación en esta jornada; en la que todos pudimos enriquecernos mutuamente gracias al intercambio de experiencias de gestión de instalaciones y servicios deportivos.

EmSALUD, empresa de servicios sanitarios especializada en medicina deportiva, con su director general, D. Felipe Rivero, que habló de la importancia de la actividad física con control médico como forma de prevenir riesgos para la salud y su prioridad de acercar la medicina deportiva a la sociedad a través de patrocinios y programas de sensibilización.

Por otra parte, **Grupo OTP Europreven** representado por D^a Mercedes Pol, técnico de PRL, que impartió su charla sobre prl en instalaciones deportivas. Analizó los factores principales de riesgos en unas instalaciones deportivas y las medidas preventivas a aplicar para evitarlos.

Por último, D. Felipe Rivero, también director general de **Podemos Eficiencia Empresarial**, explicó la importancia de la formación profesional orientada a las necesidades de las empresas a través de la formación dual profesional; en concreto la formación dual en TAFAD y el papel que desempeña Podemos Eficiencia Empresarial en dicho proyecto: la integración de la demanda de profesionales cualificados por parte de las empresas con la oferta formativa de formación profesional de la red pública en su forma FP Dual.

Una vez terminadas las ponencias, se realizó una visita al centro médico y SPA, EmSALUD Rivas, centro médico situado dentro de una instalación deportiva. ◀



Mercedes Pol, Felipe Rivero, Rafael Gutiérrez y José Juanas en la apertura de la jornada técnica



Entrada al centro médico y spa del Polideportivo Municipal Parque del Sureste de Rivas Vaciamadrid



Fotografía de familia de algunos de los asistentes a la visita

grupo **ingesport**



LifeFitness



JOHNSON

MOYPE SPORT
European Sport Company



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

www.circulodegestores.com

email info@circulodegestores.com

f <http://www.facebook.com/CirculoGestores>

t @CirculoGestores

Todo un hito impensable cuando, en 2000, aquel jovencísimo David Ferrero de 20 años lograba el punto definitivo con el que el equipo español alzaba su primer título en Barcelona. Lo de esa tarde es ya un pasado muy remoto. Incluso el último triunfo de los nuestros en esta competición (2011, Sevilla, contra Argentina) huele a naftalina. España ha cambiado. Y para mal.

El **descenso del Grupo Mundial** (nombre que reciben la '1ª División' de este torneo) frente a Brasil, el pasado mes de septiembre, fue un duro golpe ya no sólo por el hecho en sí de perder la categoría tras ser el equipo más laureado de la competición en el siglo XXI, sino por las formas con las que llegó la debacle. Con Carlos Moyá al frente de la capitania, sólo dos de los españoles presentes en el Top-100 (Roberto Bautista -nº 15 de la ATP- y Pablo Andujar -44-) estuvieron presentes en la cita al otro lado del charco.

Las raquetas más importantes del circuito español se borraron por un motivo o por otro. Sólo Rafa Nadal (lesionado) y David Ferrer (recién cambiado su entrenador personal) tenían razones de peso para bajarse del barco. El resto de los jugadores decidió mirar para otro lado ante la llamada de un ex compañero metido a capitán circunstancial y temporal. Luchar por la permanencia era demasiado vulgar para ellos. Cero atractivos. Así, de la mano de dos chavales llenos de pundonor, pero sin apenas prestigio internacional, la otrora Armada Invencible se fue a pique. Aunque lo peor estaba todavía por llegar.

“Luchar por la permanencia era demasiado vulgar para ellos. Cero atractivos. Así, de la mano de dos chavales llenos de pundonor, pero sin apenas prestigio internacional, la otrora Armada Invencible se fue a pique.”

Y con Gala León llegó el dislate

Carlos Moyá renunció al puesto de capitán de la Copa Davis. Su familia, primero, y la falta de interés del tenis nacional en esta eliminatoria, después, le empujaron a rechazar la renovación. Un campeón no suele exponerse a la humillación pública más de una vez en su vida. Moyá no fue una excepción a la regla.

Aquella despedida se produjo apenas unos días después de perder en Brasil. La Federación Española de Tenis (RFET) se encontró con el puesto vacante y casi nueve meses para encontrar un sustituto. España jugará en julio de 2015 contra Rusia por el ascenso. Pese a contar con tanto tiempo, los directivos de la RFET se apresuraron nombrar a **Gala León, directora deportiva de la federación**, como nueva capitana del equipo masculino. Fue el primer bombazo que alumbró la disputa que vino después. El comienzo de la Guerra Civil en la Armada Invencible.

El nombramiento de León fue sorprendente por varios motivos. El **primero**, que fuera ella la elegida cuando todavía ostentaba el cargo de directora deportiva de la RFET. Es como si Zubizarreta decidiera autonombrarse entrenador del Barça después de que se fuera Guardiola, una decisión poco frecuente en el mundo del fútbol, pero apenas conocida en esto del tenis. “Cuando empezaban a salir nombres de ex jugadores, quizás para atajar todo eso, se ha autonombrado como capitana. A mí me sorprende. Hay que tener mucha personalidad para ponerse a sí misma”, resumió Carlos Moyá al ser cuestionado por el nombre >>

GUERRA CIVIL

EN LA ARMADA INVENCIBLE

España ha dado a luz en los últimos tres lustros a la mejor generación de tenistas de su historia. Es la llamada **era de la Armada Invencible**, el nombre con el que los especialistas del tenis internacional decidieron bautizar a esta camada con la que hemos alzado cinco ensaladeras de la Copa Davis.

Francisco Javier Martín
Redactor Jefe Deporcam

“el nombramiento de Gala León como capitana del equipo, supuso el comienzo de la Guerra Civil en la Armada Invencible”

de su sucesora.

El **segundo** motivo de sorpresa radicaba en el currículum de Gala, una discreta tenista de los años 90 (se retiró en 2004) que tuvo como máximo éxito de su carrera alcanzar los octavos de final de Roland Garros en 1996 y 1999. Tras colgar las zapatillas, se dedicó a entrenar a tenistas femeninas. Durante nueve años, León ha sido la encargada de dirigir a Silvia Soler, Ekaterina Makarova, Estrella Cabeza, Beatriz García y Lucía Cervera. Sólo con la segunda, de nacionalidad rusa, logró alcanzar el puesto 40 del ranking WTA. De ahí no pasó. No parecía el historial de una tenista con recorrido suficiente como para dirigir a todo un equipo español de Copa Davis que, pese a haber descendido, sigue teniendo entre sus 'seleccionables' a buena parte de las mejores raquetas del circuito ATP.

A estos dos argumentos había otro que hizo llamativo su nombramiento como capitana. **Gala León es mujer**. Una condición femenina que no supone ninguna carencia. Más al contrario. Sin embargo, era la primera vez que una chica dirigiría al equipo español de la Copa Davis. Nada más. Nada menos. Pura anécdota estadística que se convirtió en noticia cuando Toni Nadal, tío y entrenador de Rafa Nadal, cometió la imprudencia de lanzar un comentario de desafortunado tono machista en una entrevista en la que le cuestionaron por este cambio en la capitania.

La frase de la polémica

“Dentro del vestuario se convive mucho, y no es lo normal que haya una mujer”, dijo al final de una charla en la que criticó el nombramiento por un puñado más de motivos que nada te- >>

GUERRA CIVIL

EN LA ARMADA INVENCIBLE



nían que ver con la condición femenina de Gala León. “No conoce el circuito masculino, ni a la mayoría de los tenistas, por lo menos a Rafa”, dijo como alegato deportivo más potente en contra de su nombramiento. De poco importó que Toni Nadal usara argumentos como éste previos a la frase de la polémica. Su desliz sexista causó un revuelo gigantesco.

‘Uncle Toni’, como le conocen en las pistas de medio mundo, fue acusado de alentar la discriminación machista que castiga todavía a la sociedad en pleno siglo XXI. De nada valieron sus explicaciones (“Anticuado sí, machista no”) o que repitiera los argumentos deportivos que ya había esgrimido con anterioridad. Es más, éstos quedaron manchados de una pátina de sospecha constante. Cualquier argumentación que esgrimiera parecía motivada por su afán (supuesto afán) segregador.

Gala León y la RFET, lejos de apagar el fuego de la polémica, decidieron avivarlo. José Luis Escañuela, presidente del organismo, ratificó a Gala León en el cargo pese a que días después de dar el paso admitió que podía ser transitorio. Mientras, la propia capitana se defendió en una concurrenda rueda de prensa afirmando que “no tenía que pedir perdón por ser mujer”, una frase que se ha convertido en el lema que usa día sí, día también, para defender su nombramiento. Apenas nada dice o se dice de sus condiciones técnicas y sí mucho del supuesto machismo que rodea al deporte de élite.

La guinda a este caos llegó de la mano de los jugadores. Los pesos pesados del tenis español (salvo Rafa Nadal, David Ferrer y Pablo Andujar, todos por motivos profesionales) se reunieron con Gala León poco después de que fuera ratificada. Sucedió en Valencia, durante el Masters 500 que se celebra en la capital del Turia. Su mensaje fue directo: **“No te queremos como capitana. Queremos que nombres a otro”**, le dijeron.

Su, argumento, sencillo: “No pensamos que estés capacitada para el cargo”, le comentaron después de que se supiera que Gala León no conocía, por ejemplo, a los jugadores brasileños contra los que España se jugó la permanencia. Su desconocimiento del circuito masculino y su falta de experiencia fueron clave para lanzar este mensaje tras el que se solicitó que volviera Moyá. No fue posible.

Rechazo frontal

Enrocada de nuevo en su **condición de mujer, Gala León se auto ratificó en el cargo** e insistió en alegar que no iba a dimitir por ser chica. Su opinión personal es que los jugadores, al igual que comentó en su día Toni Nadal, no la quieren por ser una capitana y no un capitán. La gota colmó el vaso de la paciencia en los integrantes de la Armada.

“Me parece extraño, desde un punto de vista de un capitán de Copa Davis, que en vez de buscar una unión y una armonía entre jugadores, capitanes y la Federación, se quiera fomentar y alimentar un debate que es totalmente falso y absurdo”, comentó Rafa Nadal en un acto publicitario de esos en los que, por cierto, últimamente sólo habla el ocho veces ganador de Roland Garros. Las entrevistas con el manacorí son, cada vez más, un lujo inalcanzable.

“Eso de alentar el machismo me parece un tema desafortunado, el querer reincidir en algo que realmente no es. Es querer hacer demagogia para salir beneficiado de una cosa que es totalmente falsa y errónea. Lo cual me parece injusto por parte de ellos el haber querido llevar ese tema por ese lugar que evidentemente es un tema claro de populismo”, insistió el sobrino de Toni Nadal.

“Yo sólo digo que no se han hecho bien las cosas. No es lo más lógico. Hay jugadores y jugadoras más capacitadas como capitán de Copa Davis. ¿Gala León no está capacitada para

ser capitana? No. Gala León ha jugado al tenis y tiene un nivel. Pero la opinión de todos los jugadores es que hay gente más capacitada, y nos duele que después de todos estos años no se haya consensuado con todos los jugadores o por lo menos que sepan nuestra opinión”, analizó David Ferrer en una entrevista conjunta con Feliciano López en la Cadena Cope.

“Nos demuestran por dónde quieren ir, porque nosotros no estamos de acuerdo en cómo se han hecho las cosas y nos deberían dar un motivo. En cambio, sus argumentos son “no voy a pedir perdón por ser mujer (...) Y eso es lo que nos parece, hablando mal y pronto, una vergüenza, porque hay muchas mujeres que han sufrido y están sufriendo maltratos y me parece increíble que se esté alimentando ese debate y se esté frivolisando con un tema así. Esto es un tema técnico y profesional”, añadió a su lado el propio Feliciano.

Tres voces autorizadas que apuntan a la misma dirección: **Gala León no está capacitada para ejercer el puesto simplemente porque no es la mejor**, no porque sea mujer, una condición que no habría impedido, por ejemplo, que se hubiera nombrado a Conchita Martínez como capitana, una de las leyendas del tenis femenino español que, según alguno de estos jugadores, habrían aplaudido si hubiera sido la escogida para recoger el guante dejado por Carlos Moyá.

Y mientras, ¿qué dice la RFET?

Deportcam ha intentado hablar de forma directa con la propia Gala León y su respuesta ha sido el silencio. Los intentos de comunicarnos con ella no han sido siquiera merecedores de una palabra de rechazo. Simplemente hemos sido ignorados. De forma indirecta, el departamento de prensa de la Federación ha declinado la invitación de nuestra publicación para explicarse ante todo lo sucedido.

“Ahora mismo no estamos haciendo entrevista, en cuanto sea posible, te llamamos para cerrar una cita”, respondió educadamente uno de sus miembros dando la cara por la protagonista. Entre tanto, Gala León se deja ver en actos que fomentan la igualdad de sexos y que luchan contra el machismo alentando, más si cabe, el debate sobre su condición de chica entre chicos. Esta actitud de ignorar el debate profesional y centrarse en el género molesta a los jugadores. A Gala León le da igual. “No voy a pedir perdón por ser mujer”, repite como una letanía allá donde va, avivando la Guerra Civil en la que vive la Armada Invencible. ◀

FERROVIAL SERVICIOS ADJUDICATARIA DE LOS SERVICIOS DE MANTENIMIENTO, LIMPIEZA, CONTROL, VIGILANCIA ACUÁTICA Y CONSULTORIA DE LA **PISCINA CUBIERTA DEL CENTRO CÍVICO SAN AGUSTÍN (BURGOS)**

El contrato comenzará a prestarse en el mes de Diciembre, con una duración inicial de dos años y con posibilidad de dos prórrogas anuales. Este contrato supondrá para Ferrovial Servicios una cartera de más de 750.000 euros.

Con esta nueva adjudicación, **Ferrovial Servicios** continua afianzando su expansión a lo largo de todo el territorio nacional en el ámbito de la gestión deportiva. ◀

Un nuevo contrato ha sido adjudicado a Ferrovial Servicios relacionado con el ámbito de la Gestión Deportiva en la Comunidad Autónoma de Castilla y León, en el municipio de Burgos.



ferrovial
servicios

COLESPA

Líder en Pistas

**PADEL
CRISTAL**

C/ María de Guzmán, 49 - 3º C
28003 Madrid

Tel.: 902 121 126 - Fax: 902 121 128
Móvil: 645 96 42 09
E-mail: info@colespa.com

www.colespa.com

GESTIÓN DE LA CULTURA CORPORATIVA

¿Qué empresa un poco seria no tiene y se vanagloria de disponer de una Cultura Corporativa - una personalidad - que lucir ante el mercado y sus clientes? ¿Cuántas empresas saben sacar provecho a ese supuesto valor o fortaleza? ¿Cuántas gestionan esa estrategia de marketing de manera específica, con profundidad y a lo largo del tiempo?.

F. Xavier Lasunción
fxl.sportsquality@gmail.com
www.bcd-iurisport.com

Evidentemente, no basta con definirla y tenerla expuesta en algunos documentos internos o folletos publicitarios; hay que gestionarla con seriedad y sacarle todo el provecho que podamos, y ¿Cuántas entidades lo acometen?

Yo visito habitualmente distintos centros deportivos y raramente se detectan rasgos de su supuesta Cultura Corporativa - en adelante, también CC - ni en las instalaciones, ni en el comportamiento del personal, ni en los medios de información. ¿Será que la CC es algo que reservan para la presentación de la entidad ante los medios de comunicación o para solicitar subvenciones?

Copio del folleto de una cadena de centros deportivos publicado con ocasión de su 25 aniversario el capítulo sobre lo que ellos denominan Valores de la entidad y que viene a ser lo que otras entidades llaman Cultura Corporativa. En concreto, decían que sus valores eran:

- Excelencia en la prestación de servicios.
- Ofrecer un servicio global a los clientes a través de nuestros recursos humanos, proporcionando un alto nivel de formación permanente y en evolución según las necesidades del mercado.
- Conseguir un desarrollo de negocio sostenible basado en el respeto del entorno medio ambiental y en sólidos criterios de responsabilidad

económica y social.

- La innovación orientada a la mejora continua en programas preventivos para garantizar la seguridad de nuestros clientes y trabajadores.
- Una alta capacidad de anticipación y adaptación.
- Democracia en las decisiones y fomento del dialogo con los clientes, usuarios y trabajadores.

Conozco a esa entidad desde hace años, así como a varios de sus responsables de instalaciones y a su personal, tanto técnico como operativo y, en ningún momento se me ocurrió pensar que esos fuesen sus valores corporativos, ni su forma de ser. Por otra parte, he visitado y utilizado sus instalaciones en bastantes ocasiones, y tampoco he detectado en ellos esos valores. ¿Qué conclusiones se puedes sacar de ello? ¿Seré yo tan ciego o frívolo que no haya sido capaz de advertir algún rasgo distintivo de esa entidad, o será que ni en el personal ni en las instalaciones ni en los servicios hayan calado esos valores? ¿Quizá será que nadie se haya ocupado en conseguir que los clientes se beneficien conscientemente de tales valores?

Interesado en el tema, me metí en Internet para buscar información sobre la CC de alguna entidad y encontré la correspondiente a un conocido grupo bancario español, que copio seguidamente, aunque denominándole BSP

para no herir a nadie.

“El BSP cuenta con una sólida cultura corporativa que define la vida del Grupo, que incide en su manera de actuar y que le permite afrontar con éxito los retos del futuro.

Los empleados del BSP, en sus relaciones diarias con los clientes, son la voz de la marca y los creadores de la ‘Experiencia BSP’. Más allá de las relaciones comerciales, de nuestra actividad en el sector financiero, en BSP tenemos claro que trabajamos por un futuro mejor para las personas.

Para desarrollar esa visión establecimos siete principios corporativos, que se materializan en compromisos con los clientes, con los empleados, con los accionistas y con la sociedad en general, y se concretan en criterios operativos.

Los **siete principios corporativos** son:

1. El cliente como centro de nuestro negocio.
2. La creación de valor para nuestros accionistas como resultado de nuestra actividad.
3. El equipo como artífice de la generación de valor.
4. El estilo de gestión como generador de entusiasmo.
5. El comportamiento ético e integridad personal y profesional como forma de entender y desarrollar nuestra actividad.

>>



6.La innovación como palanca de progreso.

7.La responsabilidad social corporativa como compromiso con el desarrollo”.

Aparte de valorar muy positivamente la concreción y descripción de los valores y rasgos de personalidad corporativa deseados y defendidos por esa entidad, he reflexionado sobre mis vivencias relacionadas con alguna de sus sucursales en las que tuve cuentas corrientes, y, curiosamente, nunca tuve la sensación de disfrutar directamente de ninguno de los principios detallados en su CC. Para mí, nunca fueron visibles, ni perceptibles en las instalaciones ni en la prestación de los servicios por parte del personal, ni en los documentos que regularmente me remitían. Obviamente, no quiero decir que la dirección de la empresa no se tomase en serio esos rasgos de personalidad, pero algo fallaba cuando al cliente normal no le son evidentes ni se los hacen ver para que los pueda disfrutar.

Lamentablemente, esa es la experiencia común en muchas de las empresas de servicios; una falta de aprovechamiento de las cualidades de las entidades - su forma de ser y pensar, cultura, y valores asumidos - como factor y recurso básico de las mismas para captar, satisfacer y mantener al público objetivo haciendo que los clientes se sientan identificados con esa forma particular de ser de la entidad reflejada en las insta-

laciones, los servicios y las actuaciones de todos y cada uno de los profesionales que intervienen. De no ser así, la supesta CC puede terminar siendo un elemento anodino que no facilita el desarrollo del proyecto empresarial o peor aún, un obstáculo para alcanzar sus metas. El éxito siempre depende de la armonía entre las formas de ser, pensar, y las formas de hacer.

La **Cultura Corporativa** debe definir aquello que la empresa considera más relevante entre sus valores básicos, manera de pensar y actuar, presunciones básicas, creencias, patrones, ritos, rituales, expectativas, filosofías. De ella se derivarán marcos de referencia y estructuras que inducen, regulan y crean normas de actuación y el comportamiento de las personas en las organizaciones, así como una manera particular de hablar y significar para dar sentido a todo lo que se hace.

Podemos definir mejor o peor nuestra cultura corporativa, pero, siempre deberíamos tener en cuenta que es una herramienta de posicionamiento; esto es, algo que sirve para dejar claro nuestro perfil, el de nuestro Público Objetivo así como las características específicas del producto o servicio que prestamos y que nos caracteriza y distingue de la competencia. Por tanto, también es una exigencia en la selección del personal, pues, no nos interesan personas que no se identifiquen con esa manera de ser y

actuar, o que no tengan las actitudes o disposiciones necesarias para asumirla. Si yo digo - como es el caso del grupo deportivo citado - que uno de mis valores es “la excelencia en los servicios” ¿Será propio contratar a personal técnico sin experiencia demostrada? Por otra parte ¿Lo será no disponer de medios para facilitar la perfección técnica del personal?

Una vez definida de forma clara, sencilla, y de manera que no induzca a interpretaciones diversas, la correcta gestión de la CC exige de un proceso en el que de contemplen **tres etapas**; la de **implantación o desarrollo**; la de **control**; y la de **valoración y actualización**. Etapas que se derivan y explicitan a partir de reflexionar sobre:

- Cómo queremos que se hagan las cosas - la cultura corporativa que se supone ya hemos definido -
- Cómo hacemos las cosas en la práctica. La implantación
- Cómo van las cosas - el control - y, si es el caso, intervenir para rectificar los comportamientos,
- Cómo las deberíamos hacer a tenor de las circunstancias y de nuestro proyecto empresarial - valoración y actualización; lo que supondría un ajuste de la cultura corporativa o su adaptación a los nuevos tiempos o entornos.

En lo que respecta a la etapa o fase de implantación de la Cultura Corporativa,

GESTIÓN DE LA CULTURA CORPORATIVA

no podemos olvidar detalles tales como:

- La influencia que debe tener la CC en el diseño de los equipamientos, las instalaciones, el mantenimiento de las mismas. Si, como en el supuesto banco BSP, se asume "La innovación como palanca de progreso" deberíamos prever, por ejemplo, cambios periódicos en decoración, máquinas y otros elementos.
- La necesidad de una cuidada confección de los productos o servicios, con sus correspondientes procedimientos e instrucciones, de manera que aseguren la forma correcta de proceder atendiendo a los valores asumidos en la CC.
- La selección y formación del personal, asegurándose de que hayan asumido los objetivos y forma de proceder derivados de la forma de ser de la entidad, así como las destrezas o habilidades correspondientes. No basta con que se enteren sino que actúen incorporando tales peculiaridades comunes a todo el equipo.
- La utilización de la CC para ilustrar la confección de los medios de comunicación y promoción de la entidad, pues, no tendría sentido que éstos transmitiesen ideas confusas o contradictorias

a las que definen la identidad de la empresa, sus servicios y para quién van dirigidos.

- Las acciones y los medios utilizados en la gestión del CRM - Customer Relationship Management o dirección de la gestión con los clientes - tales como posters, newsletters, cartas, etc.
- Definir las actuaciones previstas como Responsabilidad Social Corporativa - en el supuesto que se desarrollen - a la luz y coherentemente con la propia CC.

Respecto al **seguimiento y control** conviene establecer unos medios - revisiones, recordatorios, conversaciones, encuestas, etc. etc.- y una planificación en el tiempo, pues, de otra forma, cabe el riesgo de olvidar esta tarea y dejar que pasen cosas hasta que se produzcan resultados negativos. Lo importante es plantearse objetivos positivos a conseguir a través de la incorporación del factor Cultura Corporativa en cada uno de los medios utilizados para el desarrollo de la empresa y, por tanto, deberíamos buscarlos y detectarlos.

Y, por último, una buena gestión de la Cultura Corporativa, exige de la valoración de resultados y las posibles adaptaciones y mejoras a incorporar con visión de futuro tras valorar las experiencias, los posibles cambios sociales que se dan en nuestro entorno de actuación, la competencia, la demanda, y los previsibles cambios culturales. ◀

“la Cultura Corporativa debe definir aquello que la empresa considera más relevante entre sus valores básicos, manera de pensar y actuar, presunciones básicas, creencias, patrones, ritos, rituales, expectativas, filosofías.”

25 AÑOS / YEARS / ANS
MONDO IBERICA
MONDO

TRACK & FIELD.

DESIGN. BUILD.

LANDSCAPE. GRASS.

SPORT. EQUIPMENT.

INDOOR. SPORT.

SPORT. TURF.

Running on the right track

www.mondoworldwide.com

MONDO IBERICA S.A.
Polígono Malpica, C/E. Parcela 13B
50016 - Zaragoza
Tel: 978 485 300 - Fax: 978 574 371
info@mondolberica.es



A SUS PIES DON TELMO

Francisco Javier Martín
Redactor Jefe Deporcam

Nunca fui un hombre de genuflexiones. Las únicas reverencias se las dedico a los canelones de mi madre y las tartas de mi suegra. Han acertado: se me puede conquistar por el estómago. Claro que el fútbol también me enamora. Y con él, el mejor futbolista que jamás he visto sobre un terreno de juego o en la pequeña pantalla. Se llama Lionel Messi y a finales de noviembre logró batir a Telmo Zarra como máximo goleador de la historia de la Liga. Fue ante el Sevilla, con un hat-trick que le situaba al cierre de esta edición con 253 goles en Primera. Un récord alcanzado cuando apenas supera las 27 primaveras. Aquella noche rompí mis normas. Encorvé la espalda y me postré ante el maestro. "A sus pies señor Messi", repetí frente a la pantalla de plasma.

El lunes siguiente a su hazaña, delante de un buen plato de canelones de mi madre, mi padre y yo discutimos sobre la gesta de la 'Pulga'. "El verdadero récord de Messi no son sus goles, sino atreverse a poner su nombre al lado del de don Telmo", disparó sin tiempo para preparar mi respuesta. Masticué y cuando me disponía a replicarle, contraatacó. "¿Tú has visto jugar a Telmo Zarranandia Montoya? Pues eso, chaval", soltó con su castizo acento. Entonces entendí que era momento para una de sus lecciones de fútbol, ésas que sólo saben dar los que retienen en el disco duro de su retina imágenes que la tecnología televisiva de la época nunca captó.

Porque de Zarra poco o nada sabemos las generaciones modernas. Quizá su gol a Inglaterra en el Mundial de Brasil 50. Poco más. El NODO, obsesionado siempre con el Real Madrid, apenas recogió secuencias de sus goles, de su lucha, de su entrega. Dicen los que lo vieron que atemorizaba a las defensas con sólo moverse. Que era listo para aprovechar los espacios y robusto para soportar las patadas de la época. Lo remataba todo y casi todo iba a portería. Un ariete como los de antaño que, además, era querido por todas las aficiones gracias a su señorío. "¿Tú sabías que Zarra perdonó dos goles, uno al Málaga y otro al Depor, porque el portero estaba lesionado? La portería vacía y él, ni corto ni perezoso, lanzó la pelota fuera", me explicó aquel lunes mi padre. También me contó (por enésima vez) que en el fútbol de antes, los partidos eran batallas y que los buenos no jugaban, hacían arte entre gladiadores. "Ya me gustaría a mí ver a Messi en aquellos partidos", insistió.

Su comentario me llevó a la reflexión. Atrapados como estamos en plena era de la tecnología, solemos caer en la tendencia de encumbrar todo aquello que se puede guardar en videotecas sin darnos cuenta de que gestas como las de Zarra fueron grandes no sólo por haberlas conseguido, sino por lo que significaron a la hora de revolucionar el fútbol y el valor añadido de ejecutarlas como pioneros de un deporte aún por construir. Sin Zarra y tantos otros héroes de aquellos tiempos, Messi nunca habría existido. Por eso, antes de adorar a los dioses modernos, démosle el mérito que merece a sus predecesores. Yo cumplo: a sus pies don Telmo.





¡AQUEL DÍA EN QUE EL *balonmano* ROZÓ EL CIELO!



Fernando Andrés Pérez
Director General de Deportes
de la Comunidad de Madrid
entre 1983 y 1990

1. SE REALIZAN LAS TRANSFERENCIAS DEPORTIVAS

A principios de los ochenta casi todos los profesionales del periodismo deportivo estaban agrupados en dos asociaciones. La primera reunía en general a los más veteranos que ocupaban la mayoría de las principales cabezeras de los medios de información deportiva, muchos de ellos relacionados con la prensa estatal que entonces era bastante potente en este sector. Su sede estaba emplazada en el Palacio y su presidente ocupaba la dirección de esta instalación. La segunda, casi totalmente formada por los más jóvenes, defendía la independencia de los medios, y lógicamente, tenía unos planteamientos muy diferentes sobre las incompatibilidades.

Una de sus discrepancias se concretaba en las continuas críticas a la falta de una programación deportiva estable en la instalación, lo que había generado una gran expectación sobre los posibles cambios que pudieran introducirse al pasar de depender del Consejo Superior de Deportes a la Comunidad de Madrid. Y, lamentablemente, las críticas estaban bien fundamentadas, pues en aquel recinto, casi siempre en obras, apenas si se habían desarrollado en el último año catorce actividades, ninguna de carácter deportivo.

Repasando su listado podía comprobarse que bastantes habían sido reuniones de carácter social, masivas asambleas de los accionistas de las principales entidades bancarias o de las empresas eléctricas punteras, y el resto actividades culturales o de en- >>





“una de las discrepancias se concretaba en las continuas críticas a la falta de una programación deportiva estable en la instalación.”

retenimiento, como el “Holiday on Ice”, los “Coros del Ejército Ruso”, los “Musicales de las Fiestas de San Isidro” o el “Circo de Pekín”. Eran espectáculos que repetían anualmente sus visitas y reservaban fechas con el tiempo suficiente para programar sus giras. Así existía ya desde primeros de aquel año el compromiso de utilizar el recinto para el circo en la segunda quincena de septiembre. La reivindicación se planteaba en términos muy simplistas diciendo que “Las instalaciones deportivas han de ser para el Deporte” sin hacer más matizaciones.

La transferencia de competencias se había acabado de negociar a mediados de marzo y se estaba esperando la publicación del correspondiente decreto que las pusiera en marcha. Mientras, la comisión mixta que las había estudiado, formada por miembros del Consejo Superior de Deportes y de la Comunidad de Madrid, estaba haciendo un traslado pormeno-

rizado de múltiples informaciones relativas a la decena de instalaciones incluidas en este proceso. Por fin el 19 de abril de 1985 se publicó el Decreto 653 denominado “Trasposos de funciones y servicios de la Administración del Estado a la Comunidad de Madrid en materia de Deportes”, que en sus anexos detallaba entre otras muchas cosas, la plantilla fija de personal dedicada a la gestión del Palacio. En total: 1 director, 6 administrativos, 2 técnicos sanitarios y 15 operarios de mantenimiento y conservación del edificio. Además una plantilla de personal fijo discontinuo prestaba eventualmente también sus servicios en los accesos al recinto cuando se celebraban espectáculos con asistencia de público.

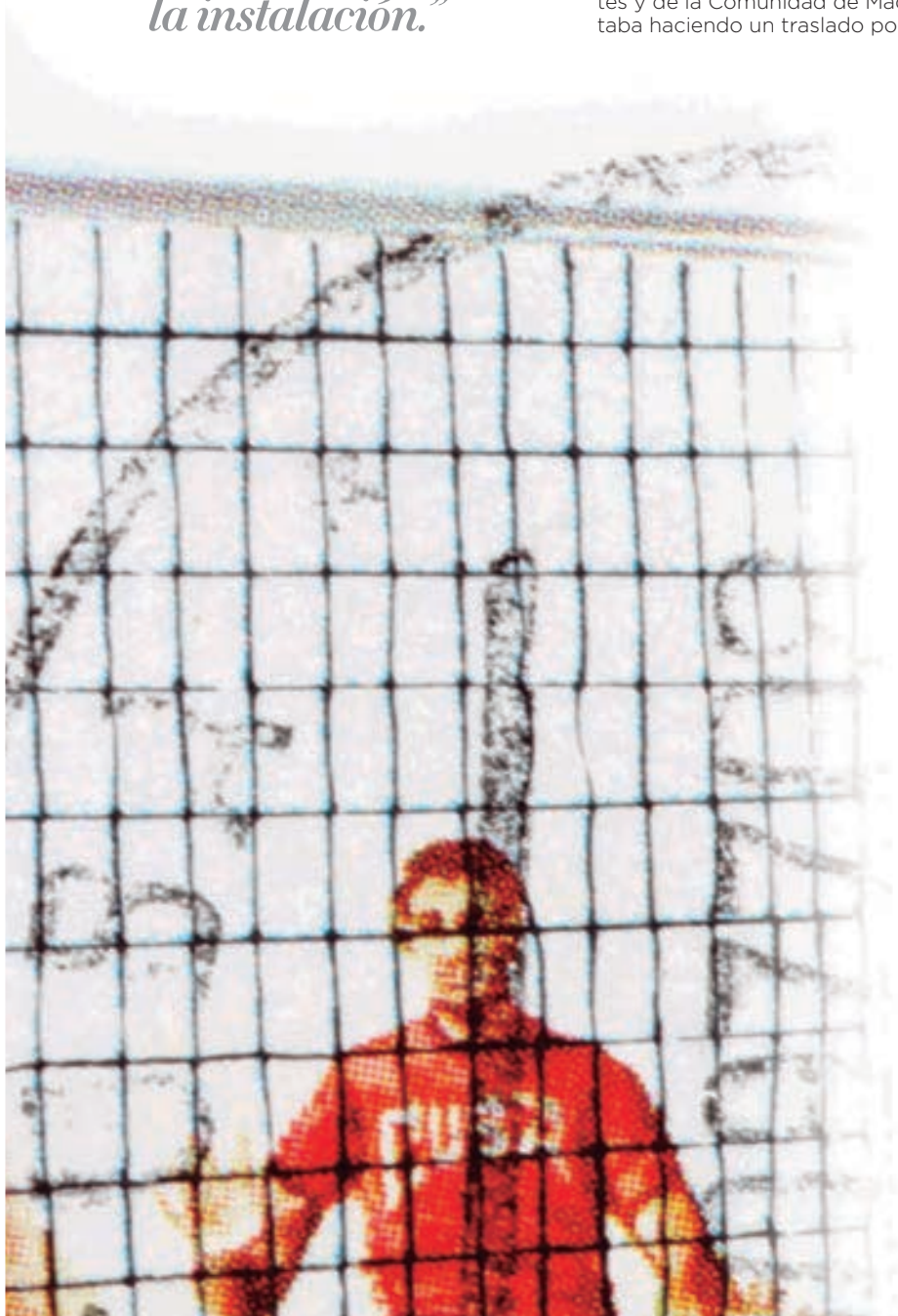
2. ¡QUE LLEGA LA METALOPLÁSTIKA DE SABAC

En estas estábamos, cuando coincidió la celebración de la Final de la Copa de Europa de balonmano entre la Metaloplastika de Sabac y el Atlético de Madrid, que se disputaba a doble partido. En el de ida, celebrado el 13/04-/1985 los yugoslavos habían ganado por 19-12 a los madrileños, que siete días después esperaban remon-este marcador en Madrid. En 28 ediciones de este torneo nunca un equipo español había llegado a la final y la Metaloplastika era el equipo emergente en toda Europa... La expectativa era enorme...

Sabac era una pequeña ciudad yugoslava de 60.000 habitantes con una gran fábrica de plásticos que daba nombre y patrocinaba al equipo de balonmano local. Este tenía el mejor jugador del mundo (Vujovic), un total de ocho jugadores campeones olímpicos (Isakovic, Basic...), y se decía que ya era entonces el club más potente de la historia de este deporte.

El Atlético venía imbatido de toda una racha de 69 partidos que duró dos años y medio. En sus filas había nombres muy conocidos del balonmano español como los de Cecilio Alonso, Lorenzo Rico, Juanón, Reino, Chechu, Parrilla, Novales, Milián, López León, el sueco Stroen... Vicente Calderón respaldaba la sección haciendo grandes esfuerzos económicos, y todos vieron la oportunidad de hacer un acto masivo de apoyo y promoción de esta modalidad tan minoritaria entre el gran público, en un momento en que se dudaba de si los grandes clubes de fútbol debían tener secciones de otras modalidades.

A las 08:30 horas del lunes 14 me llamó ya el primer periodista al despacho “por si desconocía la noticia”, preguntándome si apoyaría la celebración del partido en el Palacio en >>





vez de que se disputase en el Pabellón Magariños, sede habitual en aquellos tiempos de los encuentros del Atlético. Le contesté que debería ser el club el que lo solicitara y que todavía el recinto no dependía de la Comunidad. A los pocos minutos saltó a las ondas una noticia de agencia comunicando que el Consejo Superior de Deportes autorizaría el uso pese a que las transferencias no estuvieran todavía formalmente realizadas. A la media hora el eficaz gerente del club, D. José Julio Carrascosa, se puso en contacto telefónico para hacer la oportuna petición. ¡La cosa no podía ir más deprisa...!

Sin tiempo apenas para actuar, nuevos periodistas llamaban sin parar insistiendo en que "Ya no habría obstáculos para el cambio de escenario..." y yo les contestaba diciéndoles que suponía que no... En cuanto tuve un momento llamé a la instalación para confirmar que no había problema alguno, pero la situación resultó ser bastante kafkiana. El director estaba enfermo desde hace tiempo, el funcionario que cubría su ausencia había ingresado de urgencia en un hospital aquel fin de semana, y, por si fuera poco, en la instalación no había más pista que la fija de atletismo de material sintético rugoso, demasiado abrasiva en el caso de caídas de los jugadores de balonmano, y que además no permitía los pequeños deslizamientos controlados precisos en este deporte. Había que buscar otra sintética más lisa y válida para su uso en instalaciones cubiertas.

3. BUSCANDO UNA AYUDITA DE MIS AMIGOS...

Así se titulaba la célebre canción de los Beatles famosa desde hace dos décadas, y que reflejaba perfectamente lo que intenté hacer. Aprovechando que muchos de los gerentes de las instalaciones municipales de las grandes ciudades eran amigos o habían sido alumnos míos, me puse en contacto con ellos para ver si podían dejarme alguna pista similar que ellos tuvieran sabiendo que sería imposible adquirir una nueva en tan poco tiempo. Llamé a Oviedo, San Sebastian, Zaragoza, Valencia, Vigo, Sevilla... En total pude localizar hasta doce pistas. Les solicité su préstamo por unos días ocupándonos de todo: desmontaje en su ciudad, traslado, montaje y desmontaje en Madrid, retorno y recolocación en su instalación. Costeábamos todos los gastos incluyendo los del oportuno seguro... y estábamos dispuestos a agradecer el favor por otros medios... Teníamos claro que había muchas formas de hacerlo colaborando en cualquier tema. Pero el tiempo pasaba y no se

lograba resultado alguno.

Los periodistas habían tenido noticia de estas gestiones y varios llamaban continuamente para preguntar si la situación había cambiado. En algún caso me pareció percibir hasta una cierta sorna al entrever mis dificultades... Transcurrió todo el lunes y todo el martes sin avances y el Atlético comenzó a vender las 2.400 entradas del aforo del Magariños sin indicar en ellas cual sería el escenario del espectáculo. La venta iba a un enorme ritmo, por lo que pronto tendrían que detener la operación por no tener más billeteaje y a la espera de conocer el definitivo lugar del encuentro.

Por fin, a primera hora del miércoles, se presentó en mi despacho sin solicitar cita alguna Rifé, el antiguo >>





extremo del Barcelona al que yo había visto jugar tantas veces en aquel famoso tridente con Cruyff y Rexach. Le recibí y me abordó franco y directo: "Se que tiene problemas y vengo a ayudarle... Puedo conseguirle una pista para el domingo si Vd. luego la adquiere... ¡Claro!". Pero aquello le dije que administrativamente hablando era imposible de hacer al tener que convocarse un concurso público para efectuar la compra... "No crea. Puede adquirirla directamente por ser la única reconocida por la Federación Internacional de Balonmano (IHF) para las competiciones de ámbito continental", y por si tenía algún género de dudas me mostró una carta del 9 de abril de un tal Max Rinkenburter, Secretario General de dicha entidad, en que indicaba a los organizadores de los XX Juegos del Mediterráneo a celebrarse en Lattaquia (Siria) en 1987 que el pavimento obligatorio para este deporte tenía que ser el "BAT Taraflex Sportmousse". Luego me aclaró que él era el representante en España de este pavimento francés, cuya empresa fabricante afincada en Toulouse había establecido un convenio con la

Federación por el que ésta obligaba a utilizar este material a cambio de ciertas contraprestaciones económicas para la promoción del balonmano. Por si me cabían dudas, me enseñó otra carta de marzo de aquel mismo año, es decir de solo unos días antes, en la que D. Rubén Acosta, Presidente de Federación Internacional de Voleibol comunicaba que este pavimento era "el único revestimiento sintético oficial aprobado" por dicha Federación para las competiciones reconocidas por la misma por sus "condiciones de ligereza, absorción y consistencia del material".

Pero las condiciones de ambos deportes no eran las mismas... El balonmano requería sobre todo un cierto grado de rozamiento superficial para poder acelerar en las carreras al jugar al contraataque, y el voleibol una gran elasticidad pues un jugador de élite puede saltar unas ochenta veces casi noventa centímetros al realizar los remates y bloqueos... ¡Estaba claro, era el comienzo de la aplicación de estas fórmulas de homologación de material a cambio de patrocinio, que esta-

ban comenzando a implantarse en casi todos los deportes. Llamé a la interventora, le expliqué y justifiqué el tema, solicitándole instrucciones. Sorprendida me autorizó a la contratación directa al comprobar los condicionantes del caso!

4. EL FINAL DEL EMBROLLO

El viernes a primera hora de la mañana me llamó Rifé para tranquilizarme: "El camión con la pista ha pasado la frontera española de La Junquera y ya va hacia Madrid..." ¿Cómo lo logaste? "Bueno, pude desviar una pista ya acabada que salía de la fábrica hacia Austria y la envié hacia Madrid...". Respiré aliviado y avisé al Atlético y al personal de la instalación que debía realizar la descarga y el montaje para que estuviera preparado para la tarde... ¡Pero los problemas no habían finalizado!

Pasaban las horas y el camión no aparecía... Nadie sabía donde estaba y el resto del aforo no se podía poner a la venta... Solo el sábado a media tarde llegó el transporte al Palacio donde esperábamos todos los implicados a punto de un ataque de nervios. Al preguntarle al conductor las causas del retraso, su respuesta fue muy sincera: "Me salió un transporte complementario para llenar el camión en Montpellier con destino a Valencia y lo aproveché. No sabe Vd. lo complicada que están las cosas... De todos modos, como sobraba mucho tiempo, aproveché para pasar por mi casa en Alicante pues hacía mucho tiempo que no veía a mi mujer y preferí dormir en casa".

¡Sin comentarios...! Se puso a la venta el resto del taquillaje que se vendió en muy pocas horas y el Palacio llenó por primera vez totalmente su aforo de 8.250 espectadores para un encuentro de balonmano. El ambiente resultó espectacular, e incluso, durante diez minutos el partido estuvo igualado. Luego la máquina yugoslava se impuso hasta llegar al 20-30 final a su favor. "El ambiente nos ha impresionado, no estamos acostumbrados a jugar en estas condiciones...", llegó a balbucear algún jugador Atlético al final del encuentro apesadumbrado por la derrota pese a que el equipo había jugado francamente bien... Un joven periodista se me acercó a la salida del recinto y me dijo: "Que maquiavélico es Vd. habiendo retrasado la venta de entradas a propósito para generar más ambiente en torno al partido... De todas formas le doy la enhorabuena.

¡Todo ha sido muy bonito!". Le sonreí sin contestarle. Si él supiera pensé... ◀



LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE EN EL ENTORNO LABORAL: UNA RENTABILIDAD ASEGURADA

Valoración socioeconómica de un programa de actividad física para los trabajadores de una empresa⁽¹⁾

Fernando París Roche
Gestor Deportivo

1. Introducción

Desde hace más de treinta años venimos oyendo hablar de la importancia de la actividad física y del deporte en el marco laboral y en el entorno empresarial, es decir, en los centros de trabajo. Se tiene la certeza de que el impulso a la actividad física y al resto de hábitos saludables para los trabajadores de cualquier empresa repercute positivamente en la productividad y motivación de los mismos. Y se concluye afirmando que, para una empresa, esa inversión es rentable en términos económicos o de eficiencia -en los que se debe de medir cualquier resultado de una empresa o de una organización de servicios-.

Sin embargo, no son muchas las experiencias o ejemplos en España -alguno más en el extranjero- que aborden ese análisis de "rentabilidad" en este tipo de programas. Experiencias que, junto con las recomendaciones de las Instituciones, se analizaron previamente en este trabajo. Como tampoco lo son las experiencias reales de empresas que, en nuestro país, aplican, de manera rigurosa y ordenada, programas de actividad física para sus empleados.

Precisamente, para llenar ese vacío, el Consejo Superior de Deportes y la empresa Mahou- San Miguel, promotora de un programa de actividad física para sus trabajadores -enmarcado en un programa más amplio denominado "A tu Salud"-, impulsaron la realización de un estudio concreto para analizar la "rentabilidad" de ese programa específico. Se trataba de evaluar el programa desde diversas perspectivas: desde el punto de vista de la salud de los participantes, intentando responder a la pregunta ¿están más sanos aquellos trabajadores incorporados al programa de actividad física que el conjunto de la plantilla de la empresa?; se trataba también de conocer la satisfacción sobre el programa de los propios >>



“Se tiene la certeza de que el impulso a la actividad física y al resto de hábitos saludables para los trabajadores de cualquier empresa repercute positivamente en la productividad y motivación de los mismos.”

1. Artículo Resumen del estudio realizado en 2011 titulado "Valoración socio-económica de un programa de actividad física para los trabajadores de una empresa", sobre el programa de la empresa Mahou-San Miguel, elaborado por Fernando París, Ana Franco y M^a José Domínguez, patrocinado por el CSD y la empresa y publicado en 2013 por el Instituto Nacional de Seguridad en el Trabajo. Puede descargarse versión digital del documento completo en <http://www.insht.es/portal/site/Insht/menuitem.1f1a3bc79ab34c578c2e8884060961ca/?vgnextoid=f97f36035b6ce310VgnVCM1000008130110aRCRD&vgnnextchannel=25d44a7f8a651110VgnVCM1000000dc0ca8c0RCRD>



participantes y de la empresa promotora; e intentaba averiguar, sobre todo, si los recursos económicos dedicados por la empresa a este programa tienen un retorno “monetizable”, es decir, si ese beneficio que todos pensamos que un programa de ese tipo debe proporcionar es traducible en términos económicos, y es “rentable” para la empresa, no solo en razón a la satisfacción y motivación de los trabajadores sino en términos económicos.

El estudio se desarrolló en dos centros de trabajo, un centro industrial, la fábrica de cerveza más grande de Europa en capacidad de producción, situada en Alovera, cerca de Madrid; y el centro administrativo de la empresa, ubicado en Madrid. En total, más de 700 empleados, de los cuales, en torno a 140 de ellos formaban parte del programa de actividad física.

Programa que incluye “talleres de salud” en los centros de trabajo de uso libre; actividades dirigidas en los centros de trabajo; apoyo económico a los empleados que se inscriben en un centro deportivo; material y apoyo médico a los empleados más motivados deportivamente - corredores de running, por ejemplo-; Club de la Caminata o Escuela de espalda...

Estudio que tuvo, inicialmente, que construir una “metodología” específica para evaluar los retornos monetizables y poder hacer una estimación



de los mismos, que puede ser analizada con la lectura completa del documento.

2. Conclusiones del Estudio

Las conclusiones del citado estudio son tremendamente optimistas en relación a la constatación de esa relación positiva y sinérgica entre actividad física y entorno laboral.

1. El programa de actividad física de la empresa Mahou-San Miguel es un programa muy rentable en términos económicos para la entidad promotora. La relación estimada entre beneficios y utilidades que se han cuantificado y los costes del programa asciende a 2,9. Es decir, por cada euro invertido anualmente en el programa, los beneficios y utilidades estimadas y que ha sido posible cuantificar directa e indirectamente ascienden a casi 3 euros, de los cuales los correspondientes a la empresa representan el 75% del total. El ROI -retorno de la inversión para la empresa- asciende a 1,88 (188% de rentabilidad).

Los beneficios cuantificables más importantes para la empresa son:

- . Disminución de bajas laborales - la media de bajas anuales de los participantes en el programa es la mitad que el resto de la plantilla-
- . Incremento del rendimiento laboral y productividad
- . Imagen corporativa: Impacto en MMCC e Internet.

2. Además de los beneficios para la empresa, el programa de actividad física genera asimismo beneficios directos muy importantes para los empleados: beneficio económico directo, derivado de las ayudas directas o indirectas que el programa incluye para el desarrollo de las actividades en los Talleres de Salud y para el apoyo a la participación en centros deportivos externos; ahorro gasto individual en consumo de medicamentos, en la medida en que el 42% de los participantes en el programa constatan una disminución del mismo.; y ahorro de tiempo en desplazamientos y transporte, que, sin duda, es el más importante de todos al posibilitar a los participantes en el programa el desarrollo de actividades o el uso de las instalaciones en el mismo centro de trabajo y en horarios diversos, compatibles con la actividad laboral.

3. El programa de actividad física de Mahou-San Miguel proporciona también beneficios a la Sociedad en la que se integra la empresa. En este caso, los beneficios provienen fundamentalmente de la estimación de ahorro de costes sanitarios que representa una mejor salud en los empleados, que presentan un perfil cardiovascular más positivo que el resto de

“Las conclusiones del citado estudio son tremendamente optimistas en relación a la constatación de esa relación positiva y sinérgica entre actividad física y entorno laboral.”

los empleados; el ahorro en coste sanitarios aplicado también al gasto público en medicamentos y el impacto ejemplificador para la sociedad.

4. El desarrollo del programa de actividad física tiene efectos en la salud real de los participantes. Los datos de salud de dos años analizados en más de 700 trabajadores permiten constatar que los indicadores de salud de las personas que están adscritas al programa de actividad física son mejores, en términos generales, que el resto de la plantilla. Se ha constatado que los participantes en el programa de actividad física poseen mejores valores de salud -algunos de ellos estadísticamente significativos- en relación al conjunto de la plantilla en los siguientes indicadores:

- a. Índice de Masa Corporal (IMC)
- b. Lípidos (colesterol total, colesterol LDL, colesterol HDL y triglicéridos)
- c. Glucosa
- d. Tensión Arterial
- e. Consumo de cigarrillos/día.

5. La participación en el programa de actividad física ha generado un incremento importante de la percepción positiva de los propios afectados en relación a su salud. Así, el 94% de ellos ha manifestado una mejora en su condición física y salud desde su incorporación al mismo; el 86%, una mejora en la salud psico-social; el 41%, una mejora en la disminución de consumo de medicamentos; y, nada menos que el 91% de los participantes consideran su estado de salud bueno o muy bueno -por encima del 70% que señala la Encuesta Nacional de >>

CUADRO GENERAL DE BENEFICIOS DE LOS PROGRAMAS DE ACTIVIDAD FÍSICA EN LAS EMPRESAS

	EMPRESA	EMPLEADO	SOCIEDAD
DIRECTOS	<ul style="list-style-type: none"> . Menos bajas por incapacidad transitoria y accidentes de trabajo. . Incremento del rendimiento laboral y productividad <ul style="list-style-type: none"> - Por mayor salud - Por la mayor satisfacción del trabajador con la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> . Beneficio económico para el empleado (ayudas para uso instalaciones, actividades, material deportivo). . Menor gasto individual en consumo de medicamentos. 	
INDIRECTOS	<ul style="list-style-type: none"> . Imagen corporativa: valoración de los impactos en MMCC e Internet. . Posible ahorro fiscal en impuesto de sociedades. (sólo por determinados conceptos) 	<ul style="list-style-type: none"> . Beneficios económicos asociados al tiempo del empleado: ahorro en desplazamientos y transporte. 	<ul style="list-style-type: none"> . Menor consumo de recursos sanitarios públicos por menores costes derivados de disminución de riesgo de factores cardiovasculares. . Menor de recursos públicos por consumo de medicamentos.
INTANGIBLES	<ul style="list-style-type: none"> . Satisfacción motivación en el trabajo . Valoración del programa y la empresa por el empleado. . Responsabilidad social corporativa. 	<ul style="list-style-type: none"> . Beneficios en la salud física y psico-social de la persona. . Mejora en la autoestima. . Percepción positiva de la salud propia. 	<ul style="list-style-type: none"> . Incremento de los niveles de práctica de actividad física en la población

Fernando París, Ana Franco y María José Domínguez, 2011

Salud para toda la población española.

6. De la misma manera, el programa de actividad física -sin separarse en este caso del programa "A tu Salud"- es percibido muy positivamente en el conjunto de la empresa, tanto por la dirección -que ha incorporado en su agenda estratégica la referencia específica al programa y a la vigilancia de la salud de los trabajadores- como por el Comité de empresa y, por supuesto, por el propio Servicio de Prevención, promotor del proyecto.

3. Recomendaciones para el futuro sobre la tipología de estas intervenciones

El estudio citado incluye también un conjunto de recomendaciones para el futuro orientadas a abrir un nuevo campo de aplicación profesional y de investigación en el amplio mundo de la actividad física y el deporte:

. El resultado de estudio de Valoración socio-económica del sub-programa de actividad física de Mahou representa un excelente ejemplo para trasladar al mundo empresarial, y de una manera didáctica, los beneficios de los programas de actividad física en las empresas. Por primera vez se dispone en España de un ejemplo concreto que estima -de manera indirecta, pero solvente- la relación económica entre costes y retornos del programa, además de los indudables beneficios intangibles del mismo.

. El presente estudio ha señalado la importancia que en este ámbito tiene la existencia de Talleres de Salud (centros de actividad física) en el propio lugar de trabajo. Tanto desde un punto de vista cuantitativo (ahorro económico en tiempo de los empleados) como cualitativo -ayuda a la conciliación familiar y laboral y facilidad para la generación de hábitos de actividad física- la presencia de espacios de actividad física en el propio centro de trabajo se manifiesta como un elemento clave para el éxito de estos programas.

. El presente estudio - informe de consultoría, y como tal debe de ser considerado- debería de ser el arranque de un periodo de incentivación -en la medida en que los recursos lo permitan- de trabajos de investigación empírica desarrollados en departamentos universitarios y centros de investigación, sobre aspectos concretos y monográficos referentes a la actividad física en el mundo laboral que den mayor soporte científico a las propuestas, y en empresas y con la casuística de nuestro país. Y apoyar la labor de las cátedras que sobre el tema existen en nuestro país.

. El apoyo a la inserción de los empleados en centros deportivos externos. Además de la presencia de Talleres de Salud en los propios centros de trabajo, la realización de acuerdos, convenios o alianzas con centros deportivos externos representa una excelente oportunidad cuando existe una dificultad real de crear un centro propio en el

lugar de trabajo, cuando la tipología del trabajo dificulta esta opción o las cuada para disponer de instalaciones propias. Acciones de difusión con los principales operadores españoles de instalaciones deportivas (cadenas de fitness, empresas de gestión deportiva actuantes sobre instalaciones públicas o entidades deportivas municipales en las ciudades importantes) y el uso de las conclusiones del presente estudio, permitirían a éstas desarrollar ofertas específicas a las empresas en sus ámbitos de incidencia -tal como ya lo están haciendo muchas de ellas- que mejorarían sus resultados y supondrían un incremento del uso de los centros deportivos.

. La necesidad de incorporación de profesionales de la gestión de la actividad física para el aprovechamiento óptimo de los recursos. Se hace indispensable para las empresas que quieran incorporar una política real de impulso a la actividad física y deportiva de sus empleados y empleadas, el incorporar profesionales de la gestión de la actividad física que, trabajando en el marco de los servicios de prevención, permitan una mayor focalización de las actividades y un mayor aprovechamiento de las mismas, así como de los talleres de salud o la relación con centros externos y la creación de otros grupos de actividad ("club del corredor", club de Montaña y Senderismo...). ◀

i2ACRONOS

www.i2a.es



Software de gestión de instalaciones deportivas y control de accesos

Instalado en la actualidad en más de 400 centros deportivos es capaz de gestionar desde el gimnasio más modesto hasta la ciudad deportiva más completa. Todos nuestros clientes disfrutan de la misma versión de programa en la que se incorporan las mejoras y sugerencias de todos ellos consiguiendo así una solución estándar que se actualiza periódicamente desde internet.



SOFTWARE DE GESTIÓN



CONTROL DE ACCESOS



EXPENDEDORAS TÁCTILES



FABRICACIÓN DE CARNETS



SERVICIOS ONLINE DESDE INTERNET



GESTOR DE BASE DE DATOS

C/ Fuerteventura, 4 Oficina 0.3 28703 S.S. de los Reyes . Madrid
Teléfono: 91 8046138 Fax: 91 8033016 E-mail: info@i2a.es Web: www.i2a.es

¿Qué es la médula ósea?

La médula ósea (MO) es un tejido esponjoso que se encuentra dentro de algunos huesos, donde anidan las células madre (o progenitoras hematopoyéticas) que son las responsables de

producir todas las células de la sangre (leucocitos, hemacias y plaquetas). Las células madre de la sangre son imprescindibles para la vida y para el buen funcionamiento del sistema inmunológico.

En estos casos, el sistema sanitario busca un donante de médula entre los familiares directos del paciente (fundamentalmente hermanos), pero sólo se encuentra en un 30% de los casos. En el resto, es preciso buscar un donante no emparentado.

¿Qué sucede cuando la médula ósea no funciona bien?

En algunas enfermedades (por ejemplo, leucemia o aplasia medular) es necesario sustituir la médula ósea defectuosa por una sana mediante un trasplante.

B. Mediante aspirado directo de médula ósea a través de una punción realizada en la parte posterior del hueso de la cadera. Se realiza en un quirófano con anestesia epidural o general, y precisa de un ingreso hospitalario de aproximadamente 48 horas. (Esta intervención no tiene nada que ver con la médula espinal, que se encuentra dentro de la columna vertebral).

A. Mediante la extracción de sangre, en un proceso específico denominado aféresis. El donante tiene que someterse previamente a un tratamiento farmacológico para aumentar la producción de células madre sanguíneas (donación de sangre periférica).

¿En qué consiste la donación de médula ósea?

La donación de médula ósea puede hacerse efectiva de dos maneras:

Cuando una persona necesita un trasplante de médula ósea el REDMO realiza la búsqueda del donante idóneo tanto en nuestro país como en el resto del mundo, para maximizar las posibilidades de encontrar el donante apropiado. La donación y trasplante de médula ósea se basa en la 'solidaridad' internacional.

Nuestros datos básicos, junto con el tipoje o HLA, pasan a formar parte de la base informática del Registro Español de Donantes de Médula Ósea (REDMO) y del Registro Mundial (Bone Marrow Donors Worldwide), que aglutina a los donantes de médula ósea de todo el mundo.

Posteriormente tiene que firmar un consentimiento informado y someterse a un análisis de sangre o de saliva para determinar su HLA, una especie de DNI celular, imprescindible a la hora de encontrar el receptor adecuado.

¿Qué pasos se siguen para hacerse donante?

En su centro de referencia le informaran sobre todos los aspectos de la donación de médula

¿Dónde acudir para hacerse donante de médula?

Cada Comunidad Autónoma tiene unos centros de referencia de información y registro a los que se deberá acudir para hacerse donante de médula.

Pueden consultar dichos centros en el anverso de este folleto y en la web de la Organización Nacional de Trasplantes: www.ont.es

en el apartado específico sobre donación de médula, o bien llamando al tlfno. **902 300 224** y en la Fundación Carreras. **900 102 688** (www.fcarreras.org).

Pregunte a su **farmacéutico** que, como profesional sanitario, también puede asesorarle y remitirle al centro más cercano a su domicilio para una información más detallada.



¿Qué significa estar registrado como donante de médula ósea?

Estar registrado en el REDMO implica un compromiso de donación a lo largo de tu vida como donante, puesto que en cualquier

momento puede surgir un paciente que necesite tu médula para seguir viviendo.



Rafael Gracia
 Coordinador de Deporte y Salud
 Delegación de Deportes
 Ayuntamiento de Leganés

EL DEPORTE RENACE EN OTOÑO

En estas fechas de inicio del otoño, la delegación de Deportes, a veces, parece la redacción de un periódico a punto de cerrar la edición, la actividad de quienes trabajamos en ella se eleva de tono y en ocasiones toma tintes obsesivos.

Son las fechas en que se prepara el inicio de todas las actividades regulares de la temporada, las reuniones formales e informales se multiplican y el trasiego de listados, cuestionarios y fichas se hace más evidente

Aunque gracias al mundo virtual, ya no se ven montones de papeles sobre las mesas, una cierta sensación eléctrica, acompaña al torrente de información digitalizada que discurre por el cauce cúprico del cableado, en el ambiente se percibe el zumbido electrónico de las máquinas anunciando la acumulación de mensajes en las listas de espera del "Outlook" o el a-

tasco documental en la cola de impresión de la "Ricoh" y como si de aves silvestres se tratara, los teléfonos móviles elevan sus variados trinos entre las nada selváticas paredes de los despachos.

El otoño es la primavera de la temporada deportiva, los tablones de anuncios de los polideportivos, despojados de cobertura durante su letargo veraniego, empiezan a cubrirse de hojas de papel impreso y carteles multicolores, las pistas de madera recuperan el brillo bajo el concienzudo frotamiento al que le somete la mopa del personal de limpieza, se ventilan los almacenes de material y se repa-

san los montones de conos y escapes, se recuentan los aros colgados de los estantes y se tiente el estado de los balones de las cestas. A través de las puertas acristaladas de los pabellones, se ve el merodeo cada vez más frecuente de quienes se acercan a ver si ya está abierto.

Desde los elevados techos, por encima de los graderíos, se descuelgan ecos de los cantos de ánimo y el rumor de los espectadores que en poco tiempo volverán a ocuparlos. La piscina climatizada vuelve a convertirse en un recinto tropical, el sonido del agua y el zumbido de la maquinaria te transporta a la Melanesia, mientras el vaho de las cristaleras emborriona el contorno de las pistas de tenis y las praderas desiertas de la piscina de verano, donde el césped poco a poco vuelve a recubrir alguna calva consecuencia de la frenética actividad de agosto; dentro de poco tiempo brotarán las setas al pie de los árboles y las hojas de los chopos caerán como monedas de oro sobre la tersa superficie de los vasos, dentro de poco volverá a instalarse entre los matorrales la pareja de ánades salvajes para sacar adelante una nueva familia.

Mientras todo esto ocurre el Sol sale cada día más tarde y se oculta más temprano, las sombras envuelven cada vez más temprano la pista de atletismo y los campos de hierba artificial que durante la tarde se llenarán de cientos de pies que corretean y saltan en pos de un balón, persiguiendo un sueño o buscando olvidar todo lo que está al otro lado de la vaya del polideportivo.

Mientras se revisan los botiquines y >>

se repasan los grifos de los vestuarios, aumentan cada día las filas de personas delante de las ventanillas de información y entre nosotros va creciendo la tensión para que cuando las puertas de nuestros centros deportivos se abran al público, todo esté perfectamente preparado para la nueva temporada.

En Deporte y Salud estamos contentos porque después de cuatro años trabajando en el proyecto de ejercicio físico para personas obesas, hemos incorporado esta actividad a la carta de servicios de nuestra delegación. Hasta ahora el trabajo se ha concentrado en grupos reducidos y muy controlados, a partir de ahora los aproximadamente noventa mil ciudadanos con sobrepeso de Leganés, de los cuales más de veinte mil son obesos, tienen a su disposición esta herramienta que les puede ayudar a mejorar su estado de salud y la calidad de vida.

Las líneas generales de intervención pasan por mantener restringida la oferta de estos grupos de Ejercicio Controlado, a las personas procedentes de las consultas de Atención Primaria y Especializada del Servicio Madrileño de Salud. Hasta ahora los pacientes del proyecto piloto procedían de las consultas del Hospital Universitario Severo Ochoa, pero hace pocas fechas hemos acordado un sistema con la Dirección Asistencial Sur de Atención Primaria para que los profesionales de los Centros de Salud puedan mandarnos pacientes de sus consultas y grupos de terapia.

Otra línea básica de trabajo es mantener la cooperación y el asesoramiento con la Universidad de Castilla La Mancha con la que hemos trabajado desde el principio y que ha hecho un trabajo técnico impecable y bien evaluado.

El ejercicio controlado no es algo novedoso, a nadie se nos escapa que la figura del entrenador personal en el mundo del Deporte está bastante extendida en nuestra sociedad pero por diferentes motivos, hasta ahora, no ha permitido que se utilice como una herramienta de trabajo comunitario. El sistema que hemos diseñado creemos que ha conseguido que los profesionales del ejercicio físico, ocupen una parcela de trabajo mejor definida, dentro del campo de la Salud Pública

Sin embargo no debemos olvidar que la solución de ésta epidemia no está tanto en el tratamiento de los afectados como en las medidas de prevención. Desde el ámbito del Ejercicio Físico y el Deporte se debe hacer un esfuerzo para ofrecer soluciones que contribuyan a que la población en general y especialmente la infantil, a-

dopte un modo de vida más activo, menos sedentario. Aumentar las horas de Educación Física en todos los niveles educativos y hacer que la asignatura tenga un contenido más activo puede ser muy positivo.

Desde hace décadas, el modo de vida que se ha ido estableciendo entre la población general, ha tenido como consecuencia la aparición del sedentarismo y la obesidad y no debemos olvidar que la Administración, apoyándose en el criterio de no limitar las libertades individuales, a penas ha intervenido para limitar o gravar el uso de ciertos medios de transporte, de algunos alimentos, o de ciertos modos de ocio, que hoy sabemos, están en la raíz del problema.

Por otra parte, La Administración tampoco ha considerado la presión publicitaria y mediática, como un elemento determinante en que las familias adopten estos hábitos nocivos y por tanto no ha regulado suficientemente la propaganda de los elementos anteriormente aludidos, en los medios de comunicación de masas y en el propio entorno de los ciudadanos. Según mi criterio, se ha apostado por el corto plazo y el beneficio eco-

por el corto plazo y el beneficio económico en vez de proteger a los ciudadanos de las consecuencias perjudiciales que estos productos tienen sobre su salud.

Este estado de cosas tiene que cambiar y ofrecer servicios deportivos a las familias en los que se combinen actividades lúdicas y formativas puede ser una buena alternativa, en este sentido nos congratulamos del nacimiento de nuevos proyectos y programas en nuestro entorno que tienen estos objetivos. Quisiera hacer especial mención a dos proyectos que durante los últimos meses se han puesto a funcionar generando grandes expectativas, me refiero a dos programas del Ayuntamiento de Madrid, el programa WAP (Walking people, is never too late to start) hecho en red con otras ciudades europeas, de Madrid Salud y el proyecto Vallecas Activa del Polideportivo de Entrevías en colaboración con Atención Primaria, Centros Educativos, Salud Mental y Centros Sociales del distrito. Creemos que junto a experiencias como la que venimos desarrollando en Leganés, pueden ser referentes para otras actuaciones en un futuro no lejano. ◀





Life Fitness presenta la línea **Insignia Series Premium**

Está disponible en el mercado desde el pasado verano y reemplazará a la exitosa línea Life Fitness Signature Series.

Life Fitness, líder mundial en la fabricación comercial de equipos de fitness, presenta un nuevo estándar para los equipos de fuerza con Insignia Series, una línea superior de productos de entrenamiento de fuerza que combina elegancia, modernidad y biomecánica. La nueva línea que ha debutado en la reciente Feria FIBO y está disponible desde el verano de 2014, **Insignia Series** reemplazará a la exitosa línea de Life Fitness Signature Series con una nueva mirada de modernidad.

Insignia Series incluye 21 productos de entrenamiento de fuerza diseñados con la forma y función en mente para ofrecer opciones de personalización

para los propietarios de instalaciones.

La línea incluye 15 opciones de color, 30 opciones de tapicería y seis shroud inlays, ofreciendo múltiples facilidades para diferenciar y refrescar su espacio.

El diseño elegante y moderno de la nueva serie Insignia, actualiza al instante el aspecto de cualquier instalación. Además, la nueva línea ofrece un equipamiento de fuerza mejorado que hace que el equipo sea adecuado para deportistas de todos los niveles.

Life Fitness ha diseñado la serie Insignia con una biomecánica mejorada para proporcionar una sensación natural y una experiencia de entrena-

LifeFitness
WHAT WE LIVE FOR

>>

Life Fitness

WHAT WE LIVE FOR

-miento suave. Las máquinas Chest Press y Shoulder Press, cuentan con movimientos independientes para asegurar que tanto el lado derecho e izquierdo del cuerpo puedan realizar la misma cantidad de trabajo.

Toda la línea también incluye **funciones fáciles de usar** como asientos fáciles de ajustar y empuñaduras ergonómicas.

Además, las nuevas integraciones de tecnología permiten a los deportistas saber el número de repeticiones, gracias a que las máquinas de la serie Insignia cuentan con un contador electrónico. Además, las máquinas tienen incorporado un LFCodes, un código QR que proporciona acceso inmediato a ejercer tutoriales y consejos a través de la aplicación móvil LFconnect de Life Fitness. ◀

Para más información:
www.lifefitness.es/insigniaseries

“ Life Fitness ha diseñado la serie Insignia con una biomecánica mejorada para proporcionar una sensación natural y una experiencia de entrenamiento suave.”

Life Fitness es el líder mundial en equipamiento de fitness. La compañía fabrica y vende equipos cardiovasculares y de fuerza bajo las marcas Life Fitness y Hammer Strength y distribuye sus equipos en más de 120 países. Sede en las afueras de Chicago, en Schiller Park, Illinois, Life Fitness es una división de Brunswick Corporation (NYSE: BC)

SI NO TE VEN NO EXISTES

Anúnciate en DEPORCAM y que te vean todos



T 916 430 962
cleal@ferrovial.es

AYUDAS ERGOGÉNICAS, EN EL

DEPORTE

Las necesidades nutricionales de los deportistas son claramente muy superiores a las de las personas sedentarias.

“el desgaste físico que padecen los deportistas durante la práctica deportiva, les lleva a complementar su dieta con determinados nutrientes”

Joan Sacristán
Nutrisport

El desgaste físico que padecen durante la actividad física, así como sus exigencias nutricionales necesarias para los procesos de recuperación, han conducido a esta población (los deportistas) a complementar su dieta con determinados nutrientes que, por su función dentro del organismo, mejorarán de una u otra manera su rendimiento.

Proteína y aminoácidos

Durante la práctica de ejercicio físico tiene lugar en el metabolismo un proceso llamado **“catabolismo”**, responsable de la destrucción de los tejidos (proteínas) musculares. Este proceso debe minimizarse mediante un correcto aporte de nutrientes (principalmente proteína y aminoácidos) que reducirán este proceso y estimularán la reconstrucción de las proteínas musculares destruidas durante el entrenamiento.

Proteína

La proteína es una de los nutrientes más apreciado en el mundo deportivo. Su importancia en los procesos de regeneración muscular es tal que cualquier deportista debería asegurar un aporte proteico correcto. Según la fuente consultada podemos encontrar que las necesidades proteicas varían entre 0.8 g proteína / kg de peso al día y 2 g de proteína / kg de peso al día, obviamente la intensidad de la actividad física nos acercará más a uno u otro valor. Sin embargo existen estudios que certifican que no por ingerir más proteína se asimilará más cantidad, de modo que conviene regular esta ingesta para adaptarnos lo mejor posible a cada persona. Hay que tener en cuenta que el exceso de protei-

na se eliminará vía urinaria (principalmente, o también vía fecal), lo que conllevará que una correcta ingesta de líquidos (agua) será necesaria para evitar una sobrecarga de nuestro hígado.

Los suplementos proteicos (que los podemos encontrar tanto en polvo como en forma de bebidas o barritas) son muy bien recibidos en todos los deportes que necesitan una masa muscular tonificada y fuerte, mientras que sectores como los deportes de resistencia todavía no están demasiado familiarizados con su importancia en la dieta, lo que no quiere decir que no la tengan.

Así mismo podríamos **agrupar los suplementos a base de proteínas** en dos grupos:

- **Proteínas de absorción rápida:** son proteínas caracterizadas por su velocidad de absorción y su asimilación rápida, así como por su magnífica digestibilidad. Estas características las hacen ideales para ser ingeridas en aquellos momentos en los que el organismo requiere un aporte de aminoácidos rápido y eficaz, como podría ser después del esfuerzo físico. Un ejemplo de proteína de absorción rápida sería todo el grupo de proteínas de “whey”, es decir, de suero lácteo. Este “whey” podemos encontrarlo en los suplementos en forma de “aislado” (conocido también como “Whey Protein Isolate”), “concentrado” (“Whey Protein Concentrate”) o “hidrolizado” (“Whey Protein Hydrolysate”). Cada uno de estos tres grupos tiene unas particularidades características de su proceso de obtención pero coinciden en lo mismo, su rápida velocidad de absorción y su buena digestibilidad. >>



- **Proteínas de absorción lenta:** son aquellas que requieren un proceso de digestión mucho más prolongado. Se las conoce también como “proteínas secuenciales”, “proteínas nocturnas” o “proteínas de asimilación sostenida”. El origen de estos nombres es el mismo, su velocidad de absorción. El interés de estas proteínas en nuestra dieta (deportivamente hablando) radica en la capacidad que tienen por suministrar al metabolismo aminoácidos de forma prolongada, algo muy necesario en aquellos momentos de ayuno en los que el deportista prevé que va a estar más de 3h sin poder ingerir alimentos.

Aminoácidos

Los aminoácidos son la base estructural de las proteínas y, como tales, serán igual de importantes que éstas. Los **suplementos de aminoácidos** podrían resumirse en:

- **Aminoácidos esenciales:** son suplementos enriquecidos en aminoácidos esenciales, es decir, aquellos que el organismo no puede fabricar y debe ingerir mediante la dieta. Teniendo en cuenta que el desgaste muscular genera una mayor necesidad proteica y de aminoácidos, los esenciales también deberán incrementar su presencia en la dieta de un deportista.

- **Aminoácidos ramificados:** son suplementos que concentran los aminoácidos L-Leucina, L-Isoleucina y L-Valina. Su presencia en las proteínas musculares está más que demostrada y de ahí viene el interés por ingerir mayor cantidad de estos aminoácidos. Existen estudios que han demostrado que favorecen el desarrollo muscular, pero otros estudios lo ponen en duda. Se conocen también como BCAAs, del inglés “Branched Chain AminoAcids”, es decir, Aminoácidos de Cadena Ramificada. Además de su importante papel en los procesos de síntesis de proteínas musculares, estos aminoácidos se metabolizan directamente en la musculatura.

- **L-Glutamina:** es uno de los aminoácidos más abundantes en el tejido muscular. En situaciones de “stress” metabólico (ayuno, ejercicio físico...), el metabolismo “consume” L-Glutamina, o lo que es lo mismo, destruye masa muscular (“catabolismo”). Por este motivo el aporte de L-Glutamina en la dieta se asocia a una medida “anticatabolismo” ya que además de favorecer la recuperación muscular, previene de la destrucción de proteínas musculares.

Hidratos de carbono

Los **hidratos de carbono** son la base energética del metabolismo. Los productos enriquecidos en hidratos tienen por objetivo constituir una herramien-

ta energética ideal para el aumento de peso y/o para entrenar con energía. Dentro de estos hidratos de carbono encontramos dos grupos:

- **Hidratos de carbono simples:** conocidos habitualmente como “azúcares”. Son hidratos de carbono que por su estructura el organismo los asimila fácilmente sin apenas proceso de digestión, lo que permite disponer de su energía de forma rápida (exceptuando el caso de la fructosa). Como ejemplos de alimentos ricos en “hidratos de carbono simples” tendríamos principalmente los “alimentos dulces”.

- **Hidratos de carbono complejos:** se caracterizan por su estructura compleja, de modo que es necesario un proceso de digestión más lento. Por este motivo, constituyen un aporte energético lento. Este sería el caso de los cereales, aunque según el proceso de refinado su proceso de digestión puede verse alterado.

Los hidratos son también esenciales en los procesos de recuperación, pues una vez finalizada la actividad física debemos reponer los depósitos de glucógeno, es decir, el hidrato de carbono que almacena el organismo en el hígado y en la musculatura.

Bebidas isotónicas

Una **bebida isotónica** es una bebida que combina hidratos de carbono y minerales de una forma adecuada para favorecer la hidratación y la reposición mineral con el objetivo de compensar las pérdidas que implica la sudoración. Además debe cumplir con unos valores de “osmolaridad¹⁾” determinados, lo que asegura que esa bebida sea fácilmente absorbible por el organismo y mejore la hidratación y el rendimiento. Es importante destacar que no cualquier bebida comercializada con imagen de “para deportistas” cumple con los requisitos para ser una bebida isotónica. Existen muchas bebidas en el mercado que tienen un enfoque “deportista” pero que no dejan de ser “agua con azúcar (sacarosa)”, algo que se puede distinguir leyendo el listado de ingredientes. Estas bebidas son “productos comerciales” sin ningún fundamento “técnico” que realmente aporte beneficios al deportista. ¹⁾Se entiende por “osmolaridad o osmolalidad” el valor que informa de la concentración de azúcares y electrolitos en una bebida y que para cumplir con el requisito de “isotónico” debe estar dentro del rango 270-330 mOsm/kg.

Creatina

La creatina ha demostrado en numerosos estudios favorecer el incremento de las reservas de ATP a nivel muscu-

lar. Gracias a la “creatina” este ATP, responsable del aporte energético durante la práctica de ejercicio, se recupera con mayor rapidez entre series de ejercicios de fuerza, de modo que el deportista podrá aumentar la intensidad de los entrenamientos gracias al incremento de la fuerza y la potencia muscular. Su uso está principalmente extendido en el mundo del deporte pero es en ejercicios “anaeróbicos” en los que se puede obtener mayores beneficios. Sin embargo, el aporte de “creatina” después de ejercicios aeróbicos ayudaría a mejorar los procesos de recuperación aunque en esta disciplina deportiva la vía “anaeróbica” no sea mayoritaria.

Cafeína

La **cafeína es un alcaloide** que actúa sobre el sistema nervioso estimulando la resistencia al cansancio y potenciando el estado de alerta. Los estudios realizados concluyen una mejora del rendimiento deportivo pero también existe bibliografía que remarca el poder diurético de la cafeína como un factor a considerar (ya que la pérdida de líquido está relacionada con la deshidratación y ésta, a su vez, con la pérdida de rendimiento). Sin embargo esta actividad diurética vendría motivada por una dosificación superior a lo habitual en los suplementos deportivos.

Complejos vitamínicos y minerales

Las necesidades de vitaminas y minerales son claramente mayores en los deportistas. Hay que tener presente que tanto vitaminas como minerales participan en determinados procesos involucrados en la práctica de ejercicio. El Calcio por ejemplo participa en los mecanismos de contracción y relajación muscular (junto con el Magnesio), Sodio y Potasio regulan el equilibrio hídrico y la tensión arterial, las vitaminas del grupo B participan en los procesos energéticos del metabolismo y en la absorción de nutrientes, mientras que vitamina C y vitamina E refuerzan el sistema inmunológico y tienen un importante papel antioxidante en el metabolismo...

L-Carnitina

La **Carnitina es un nutriente que podemos encontrar en el organismo.** Además, se encuentra en muchos alimentos pero en cantidades mínimas. Su principal función es la de transportar los ácidos grasos a la mitocondria para obtener energía, es por este motivo que ha adquirido gran importancia en los suplementos para perder peso. Existen dos formas de Carnitina, la L-Carnitina y la D-Carnitina, pero sólo la forma L es biológicamente efectiva. La L-Carnitina ha demostrado favorecer la quema de grasa cuando se combina su suplementación con la práctica de ejercicio aeróbico. ◀



Self Improvement

REFLEXIONES PARA EL
CRECIMIENTO PERSONAL
DE LOS GESTORES

122. decidir con criterios de conveniencia

FXL

Constantemente nos encontramos en situaciones en las que debemos elegir y tomar decisiones ¿Y cual es el criterio seguido en cada caso? Por regla general, para las cosas comunes sin relevancia social, periféricas o poco esenciales, la decisión se fundamenta en el capricho, el placer, lo fácil, lo que apetece, lo esperado por los demás, y cosas semejantes. Pero el problema surge cuando los asuntos en los que debemos tomar postura y decisiones superan ese nivel básico. Es aquí cuando la elección debe superar el nivel de lo apetecible para pasar a seguir otro tipo de criterios más serios y profundos. Como acostumbraba a decirme un buen colega “Hay que aprender a aplicar criterios de conveniencia frente a criterios banales centrados en los gustos o lo apetecible”

¿Y qué es lo que conviene? Evidentemente, el Bien - en mayúsculas- , lo esencial para la vida en su sentido más profundo; aquello de lo que no se puede derivar nada malo - ni para uno mismo ni para los demás - ; algo que tiene que ver con lo más alto y digno de nuestro ser como personas; algo que supera lo meramente material, accidental, pasajero, pasional o meramente inducido por intereses egoístas. Y todo esto es aplicable tanto en el ámbito personal más íntimo, como en las cuestiones familiares, la vida social y el ámbito profesional. En definitiva, se trata de conseguir “el arte de decidir con criterios de conveniencia” como medio idóneo para el Self Improvement. ◀

KEEP CALM AND GOOD IDEAS

AGASE COMUNICACIÓN
creación&emociones

C/ Nieremberg, 29 bajo
28002 Madrid
T. 915 194 304/ 914 152 8 11
F. 915 100 122
agasecomunicacion.com
@agasemegusta
megusta@agasecomunicacion.com



CREACIÓN PUBLICITARIA Y GESTIÓN DE MEDIOS

DESARROLLO GRÁFICO Y GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN
diseño corporativo/ publicaciones/ branding/ merchandising

AUDIOVISUALES
grandes cuentas y películas de bajo costo

STANDS Y EVENTOS
construcción y montaje/ rotulación/ personal auxiliar/
presentaciones y organización de eventos

MARKETING ONLINE
desarrollo web/ mail marketing/ alta en buscadores/
comercio electrónico/ Apps/ redes sociales

AGASE COMUNICACIÓN, lo mejor está por llegar.

EL CÍRCULO VICIOSO DEL MARKETING Y EL ÉXITO DEPORTIVO

El Atlético de Madrid es uno de los clubes con mayor potencial de crecimiento de ingresos del mundo.

Benito Pérez González
benitoperezgonzalez@gmail.com

“el At. Madrid ha competido contra los dos grandes colosos del fútbol mundial: Real Madrid y Barcelona, equipos que le superan 4,3 y 4 veces respectivamente, en generación de ingresos.”

El informe Football Money League, que cada mes de enero de los últimos años edita la consultora Deloitte, muestra el ranking de clubes por su capacidad de generación de ingresos en la temporada finalizada en junio del año anterior. El informe incluye los **30 primeros clubes**, realizando un informe detallado de los 20 primeros, de los que se precisa ingresos parciales y porcentaje sobre el total de cada uno de los tres conceptos de ingresos que genera un club deportivo (1-Matchday: taquilla y abonos, 2-Broadcasting: derechos de retransmisión y 3-Comercial: patrocinios, explotación del estadio, ventas de merchandising, etc.).

En la tabla adjunta se puede ver la información de los ingresos del At. Madrid en las dos últimas temporadas, así como las de sus rivales directos en la Champions League y en la Liga BBVA.

	Temporada 2012/2013 (Ingresos M€)	Posición DFML	Nº veces que contiene los ingresos del At. Madrid
Real Madrid	518,9	1	4,3
FC Barcelona	482,6	2	4
Chelsea	303	7	2,5
AC Milán	264	10	2,2
At. Madrid	120	20	1
Valencia CF	116	23	0,97

Fuente:
Informe Deloitte Football Money League 2014

El **At. Madrid** supera por primera vez las expectativas deportivas que se tenían de él, y además lo hace por partida doble. Primero en la Liga BBVA, el llamado torneo de la regularidad, donde ha competido contra los dos grandes colosos del fútbol mundial que le superan en 4,3 y 4 veces, respectivamente, en generación de ingresos en el último año. Y después en la Champions League donde ha eliminado sucesivamente a equipos que le superaban en 2,2, 4 y 2,5 veces en ingresos, para llegar a la gran final donde se medirá al equipo que le supera más de 4 veces por dicho concepto.

Supera esas expectativas, después de años decepcionantes, en los que era el único de los Top 30 del Informe Deloitte que rompía de manera fragante la correlación entre ingresos y su puesto alcanzado en la competición de liga de su país.

Lo razonable, a partir de ahora, sería que el At. Madrid se instalase en la normalidad. La oportunidad para construir >>

un futuro más estable y previsible es óptima. Todo ello pasa por la gestión del marketing. El marketing, un término injustamente denostado y relacionado en muchas ocasiones con el engaño o con lo contrario a la nobleza del deporte, es realmente el gran aliado de las entidades deportivas para explotar al máximo los recursos económicos, emocionales y estéticos, y generar así un círculo virtuoso en beneficio directo tanto de su entidad como de su deporte; aumentado no sólo los ingresos, sino también los valores positivos y de emulación, la práctica de actividad física, así como el ocio y la diversión con productos y servicios cada vez más atractivos y adaptados a los gustos y necesidades del público. El marketing es pocas cosas más que la destilación de conocimiento y honestidad.

Cuenta con un **excelente equipo de comunicación y marketing**, que hasta ahora solía edulcorar con estupendos spots las derrotas, perpetuando sin quererlo el sentimiento de inferioridad, pero que es muy profesional y ha sido capaz de reforzar la marca y el sentido de pertenencia sin resultados deportivos brillantes, y que debe posicionar la marca en un escalón superior después de este año histórico.

. Es el **único equipo entre los grandes de Europa** que puede crecer en por-

centaje de dos dígitos en todos los conceptos de generación de ingresos:

. Podrá **incrementarlos en Matchday** si consigue estabilizar, como así parece, su presencia anual en Champions League, pero sobre todo lo hará dentro de tres años, cuando en 2017 -esperemos que no se aplase más la terminación de las obras- inaugure su nuevo estadio con capacidad para 70.000 espectadores. Un buen ejemplo de crecimiento en este aspecto fue el del Arsenal con su flamante Emirates Stadium, que le reporta más de 100 millones de euros anuales.

. Su **posicionamiento como club de Champions League** -el At. Madrid es uno de los pocos del Top 20 Deloitte en no tener presencia indiscutible en esta competición- mejorará sus ingresos por patrocinio. Hay que recordar que en la anterior campaña no contó con patrocinador oficial en su camiseta, y que los 8 millones anuales que le paga Azerbaiyán este año, son un caché superable, si consigue mantenerse en el grupo de los clásicos de octavos o de cuartos de final de la máxima competición continental. Igual sucedería con su patrocinador técnico, Nike, que recientemente ha renovado su patrocinio con el Manchester United por la astronómica cifra de 70 millones de euros anuales.

. En cuanto a los **derechos televisivos**, el At. Madrid también tiene un futuro muy halagüeño, si tenemos en cuenta que próximamente los derechos de la liga serán vendidos conjuntamente y el reparto permitirá acercarle a los dos grandes -actualmente R. Madrid y Barcelona ingresan 100 millones más que el Atlético en la liga BBVA-. También hay que tener en cuenta que el At. Madrid doblará su cifra de ingresos televisivos gracias a los derechos de la Champions, ya que al llegar a la final se asegura unos ingresos de unos 45 millones, justamente la cifra que ingresó en 2012-13.

El Marketing puede llevar al Atlético a una situación en la que, tras liquidar la gran deuda acumulada en el pasado, se consiga una estabilidad económica, con ingresos anuales por encima de los 200 millones, que se traduzcan en la estabilidad deportiva que convierta, inexcusablemente, al Atlético en uno de los grandes de Europa. Un círculo económico-deportivo virtuoso que origine campañas del tipo de:

Papá, ¿Por qué hay gente que no es del Atleti? ◀



LOS MEJORES CLUBS DE FÚTBOL EUROPEOS Y TALENTOS DEL FUTURO ESCOGEN FIELDTURF

Equipos legendarios y prestigiosos como el FC Barcelona, el AC Milan, el Paris Saint-Germain, el Liverpool, el Manchester City, el Olympique Lyonnais, el Shakke 04 y el Arsenal, entre otros, han apostado por el césped artificial FieldTurf para sus campos de entrenamiento y para los estadios de sus partidos principales.

FieldTurf
A Tarkett Sports Company

THE ULTIMATE SURFACE EXPERIENCE

fieldturf.poligras@tarkett.com
www.fieldturf.eu/es

UNA LECCIÓN PARA LOS GESTORES

Lo reconozco, no fue nada fácil. Los años pasan y pesan, sobre todo, los años de inactividad. Cuando se ha superado con creces la cuarentena y los hábitos sociales son todo menos saludables y, lo que es peor, se nos apodera lo que mal llamamos comodidad, se termina generando un cóctel aparentemente agradable y, sobre todo, muy complaciente, pero totalmente indeseable.

Este era mi caso. Menos mal que el entorno más próximo se confabuló en una presión creciente. “Tienes que cambiar tus hábitos”, me decían. “No puedes seguir así”. “Ya basta de sillón”. “Necesitas más actividad y menos tertulia cervecera con los amigos”.

La presión aumentaba y yo mismo empezaba a ser consciente de unas limitaciones que hasta el momento, por no querer verlas, me habían pasado totalmente desapercibidas.

Una interminable escalera mecánica averiada de un centro comercial que

tuve que ascender cargado con dos bolsas de compra, terminaron de encender las luces de alarma. Pensaba que no llegaba nunca al final. La respiración se aceleraba por momentos, era puro jadeo. Las palpitaciones se escuchaban a metros de distancia. La frente se perlaba de sudor y manchas húmedas decoraban la camisa.

La reflexión

Me armé de valor. La decisión estaba tomada. Tenía claro que necesitaba “moverme”. El primer interrogante a solucionar era ¿Qué hacer? Me conozco lo suficiente para ser consciente de mis debilidades y que por libre no sería capaz de mantener los buenos propósitos. Por otra parte, tengo demasiados amigos que se han “apuntado” a la moda del running o la bicicleta.

Muchos de ellos están pagando las consecuencias del autoentrenamiento recomendado por conocidos que son pseudoexpertos, artículos y libros con soluciones magistrales o páginas de

internet que nos aseguran ser Superman en cuatro semanas. Pienso que nuestro organismo, el único que tenemos, es demasiado importante y se merece algo más que dejarlo al albur de tendencias, no contrastadas, simplemente porque están de moda.

La decisión

Algo tenía que cambiar en mi vida, pero lo cierto es que me embargaba cierta timidez por no decir acomplamiento. La imagen estética que lucía, producto del abandono y el sedentarismo, no era especialmente atractiva ni deportiva.

Un amigo me había comentado las excelencias de un health club próximo a la zona donde desarrollo mi trabajo profesional. “Es la solución para que vuelvas a tus orígenes y disfrutes plenamente de tu cuerpo”, me decía.

Así que armándome de valor allí me dirigí. Tuve suerte y eso que, en un principio, parecía que me ponían dificultades. Me explico. Una recepcionista



EL CLIENTE...
AGRADECIDO

Andrés Gisbert
andreugisbert@gmail.com

que sólo atravesar la puerta de entrada me dirigió una maravillosa sonrisa. Me saludó diciéndome su nombre, obligándome a presentarme también con mi nombre. La empatía estaba servida. **“Aquí no hacemos milagros.** Nosotros ayudamos, asesoramos, le facilitamos los medios... pero es usted con su esfuerzo el que conseguirá alcanzar sus propios objetivos, siempre que éstos sean razonables”. Me invitó a visitar las instalaciones, limpias y luminosas, ausencia de olores desagradables y toda la brillante maquinaria tecnológica, realmente deslumbrante para un inexperto como era mi caso. Lo cierto es que no hizo un especial énfasis en el tema. Es más, sus comentarios iban en la línea de que lo realmente importante no era lo que me estaba mostrando, sino lo que no se veía: la metodología de aquel centro y, lo más esencial, las personas, los profesionales que la desarrollaban y la aplicaban. El siguiente paso fue preguntarme si podía presentarme, sin ningún compromiso, a un profesional del centro. Accedí. Esperaba conocer a un “mister músculo” y me encontré con un “jovencito” más cercano a mi edad que a la de mis hijos. El encuentro resultó fácil, cómodo y agradable. El experto, a través de una conversación aparentemente informal y habilidosa, accedió a todos mis entresijos: estilo de vida, hábitos y costumbres mientras iba tomando algunas notas.

Si, a priori aquel centro me había gustado. Me encantaba el ambiente que se respiraba, me convenía lo que había visto y lo que había escuchado y, sobre todo, como me habían atendido.

Estaba decidido.

Volví a la semana siguiente y me encontré con la misma sonrisa y un saludo en el que me llamaban por mi nombre. Yo, avergonzado, tengo que reconocer que había olvidado el de la recepcionista. Formalicé los detalles de inscripción y quedé emplazado para iniciar lo que sería el principio de un cambio, que en el aquel momento ni siquiera vislumbraba, de mi actitud vital.

Hoy

Ahora casi hablo como un experto en salud. Se lo fácil que es almacenar grasa superflua y lo difícil y costoso que es quemarla. Entiendo la importancia de tener unas arterias limpias y los efectos desastrosos del tabaco, por muy agradable y satisfactorio que sea aparentemente. La moderación me ha ayudado a disfrutar de placeres que antes me saturaban por su propia e innecesaria necesidad.

No necesito contemplarme en el espejo para percatarme de los cambios que se están produciendo en mi persona y que son percibidos por todos. En primer lugar una actitud más positiva y optimista. Ha quedado apar-

cada la sensación de cansancio permanente a la que ya me había acostumbrado, aceptándola como algo natural. Habitualmente prescindo del ascensor y muchas gestiones que antes requirían el coche, he descubierto que andando es más rápido, menos estresante y, por supuesto, más sano.

Casi he dejado de frecuentar las malas compañías. Malas compañías, al menos, para mí. Algunos ejemplos:

- . He superado el “picoteo” entre horas.
- . Mayor consumo de agua en detrimento de la cerveza.
- . Algo que parecía imposible, tomar sólo dos cafés al día y ¡Cómo se disfrutan!
- . Notable mejora en la dieta diaria, no desaprovecho la ocasión de comer en casa.
- . Prácticamente han desaparecido las jaquecas.
- . Ya casi me he olvidado de la tos seca, casi perruna con la que amanecía todos los días.
- . Dormir de un tirón es otro de los placeres reencontrados.
- . El peso ha variado poco. Algo de músculo he ganado y bastante grasa ha sido eliminada. Hasta algún piropo he recibido: mi esposa me dice que le gusta lo que ve... y mi autoestima algo ha subido con su comentario.
- . Mis hijos son los primeros en alegrarse de los cambios experimentados. Hasta se atreven a decir que ahora sí, ahora ya me pueden “enseñar” a los amigos.

¿En quién delegamos nuestra salud?

Sería una decisión de alto riesgo confiar nuestra salud física a personas con muy buena voluntad pero que carezcan de la formación y experiencia adecuadas o dejarlo todo en manos de una tecnología vistosa pero fría. Incapaz de evaluar situaciones anímicas y emocionales que afectan radicalmente al rendimiento físico. Los profesionales del centro deportivo en el que he confiado, han conseguido, en mi caso, hacer fácil lo difícil y atractivo y motivante lo que en otros casos podría llegar a ser rutinario y hasta monótono. Ha sido como deslizarse por un suave plano inclinado. Disfrutar saboreando el placer que puede proporcionar el esfuerzo es otro de los éxitos que anoto a estos profesionales al que se añade el convencimiento de que siempre se controla la situación, sin llegar a límites estresantes. Comprobar que existe una metodología que se adecúa a mis necesidades personales y, por otra parte, no ser un mero sujeto paciente. Participo activamente en el proceso. Me gusta especialmente la información y, también, la formación que se me transmite en las charlas que periódicamente mantenemos. Fruto de todo ello es el aumento de mi autonomía. En definitiva, me siento seguro. Estoy en un entorno profesional en el que yo soy lo importante. **Todo empezó con una sonrisa de bienvenida y ... mañana, como tantos días, seguro, volveré.** ◀

“cuando se ha superado con creces la cuarentena y los hábitos sociales son todo menos saludables, se termina generando un cóctel aparentemente agradable, pero totalmente indeseable.”





Francisco Javier Martín

UNA DE CATÁRSIS PARA LA “ROJA”

- España cierra año con cinco derrotas por primera vez desde 1991
- La eliminación del Mundial, punto de partida para una nueva era
- Vicente del Bosque ha comenzado ya la revolución del futuro



legó el momento de pasar la hoja del calendario. El final de 2014 ya está aquí y con él, una manida costumbre española: repasar con celo lo sucedido a lo largo de los últimos 12 meses. Si les gusta el fútbol y son amantes de **'La Roja'** quizá es momento de dejar la lectura de este artículo. Créanme, a lo largo de este número de Deporcam encontrarán un buen puñado de textos que les evitará caer en la depresión de recordar un 'annus horribilis' para los todavía campeones de Europa. No, 2014 no ha sido el año de España. Más al contrario. España ha dado un salto atrás en el tiempo después de haber perdido cinco de los doce encuentros que ha disputado en este periodo de tiempo.

De esa docena de partidos, siete fueron en competición oficial entre Mundial (tres encuentros) y clasificatorio para la Eurocopa de 2016. Se perdieron tres (Holanda, Chile y Eslovaquia) y se ganaron cuatro (Macedonia, Bielorrusia, Luxemburgo y Australia). En los amistosos, cinco, España ganó tres (Italia, Bolivia y El Salvador) y perdió dos (Francia y Alemania). Un duro balance que nos hace retornar a los 90. Bienvenidos, más en concreto, a 1991.

Eran otros tiempos, claro. En nuestro país gobernaba el PSOE de Felipe González. El PP de José María Aznar tardaría cinco años en saber qué es eso de pisar la Moncloa no sólo como invitado, sino como dueño de la mansión. Nos faltaba un año para descubrir el dulce sabor de organizar en casa unos Juegos Olímpicos y nada nos hacía imaginar que 365 días más tarde, Curro, la mascota de la Expo de Sevilla, se hundiría dentro de aquella dichosa carabela en la inauguración de un evento que, nos contaban nuestros padres, nos metería de lleno en eso tan moderno que era el siglo XXI.

En el mundo del **balompié**, el Barça aún no había conquistado su primera Copa de Europa y el Real Madrid acababa de llorar la primera de sus Ligas de Tenerife. Raúl era todavía un crío en las filas del Atlético de Madrid y Neymar, una estrella que no había llegado a este mundo.

Sí, ha llovido mucho. Pues bien, fue en ese lejano 1991 cuando España cayó por última vez en cinco partidos durante un año natural. Dicho de otro modo, hemos tenido que aguardar 23 primaveras para ver a España tan hundida.

¿Siguen aún por ahí? Si han aguantado sin caer en la depresión, si todavía con-tinúan al otro lado del papel, no es mo-mento ya de escapar del escarnio. Apúntense a nuestra catarsis. Les sen-tará de lujo. Cojan fuerte las páginas y sientan el vértigo purificador de una estadística que dice de todo, menos cosas lindas para los

“ 2014 no ha sido el año de España. Más al contrario. España ha dado un salto atrás en el tiempo después de haber perdido cinco de los doce encuentros que ha disputado en este periodo de tiempo.”



Dice, por ejemplo, que lo de perder cinco partidos en un año natural sólo había pasado cinco veces antes en la historia de nuestra selección. Que el peor resultado sólo está a una derrota de distancia. En 1988 la 'Furia Roja' (aún no éramos el equipo del tiquitaca) se fue a la lona en seis ocasiones. Vamos, que no estamos tan lejos en el presente 2014 de lo que pasó entonces. Sigamos para bingo.

Con la derrota del pasado mes de noviembre frente a Alemania en Vigo, la selección volvió a caer en casa ocho años después. En 2006, la España del también cuestionado Luis Aragonés (qué causalidad) veía como Rumanía tomaba el Nuevo Carranza en un amistoso que muchos dentro del vestuario consideraron como clave para remontar el vuelo. Puede que ahora repitamos patrón de comportamiento. Al menos esta vez hemos perdido en nuestro hogar frente a los campeones del mundo (no contra una selección

más) y con un gol en el último minuto. ***El que no se consuela es porque no quiere.***

Claro que el choque ese duelo Alemania encierra más datos pesimistas. Uno de ellos es el que apunta a la posesión. Sí, contra los Kroos, Khedira, Götze y compañía caímos derrotado y encima no tuvimos la posesión del balón, esa seña de identidad había acompañado a España desde la final de la Eurocopa de 2008, cuando, también con Alemania delante, la pelota fue por última vez del rival y no nuestra.

Ya ven. Seis años consecutivos siendo testigos de como nuestro porcentaje de control del esférico superaba siempre al del contrario. Incluso en las últimas derrotas del Mundial o en la final de la Confederaciones ante Brasil tuvimos más la bola que los que estaban en frente. Esta vez no fue así. Algo está cambiando y aún no sabemos si es para bien o es para mal.

Dice Vicente del Bosque que el dato es relativo porque eso de la posesión es bueno si sabes qué hacer con la pelota. Si buscas al rival para hacerle daño. Tenerla por tenerla, es tontería. Nuevos tiempos para la lírica, suponemos. Sea como fuere, lo cierto es que el dichoso dato es otra esquirra más en la ya de por sí dañada armadura de esta España que, eventualidades del destino, ha querido acumular tanto número negativo con el mismo capitán al frente que llevó la nave a la gloria mundialista aquella fría noche de julio de 2010 en Johannesburgo.

El **Marqués aceptó renovar tras el Mundial** y quedarse en el banquillo hasta 2016 para reciclar el equipo que él mismo había construido, una tarea nada fácil si tenemos en cuenta que eso de 'jubilar' a los jugadores que has amamantado bajo tus brazos suele ser sinónimo de escapadas por la puerta de atrás. Guardiola, por ejemplo, se marchó del Barça en 2012 porque vio como su obra se derrumbaba sin que pudiera frenar su deterioro.

"No me veía capaz de motivar a los jugadores", dijo recientemente. Quizá debería haber añadido que tampoco fue capaz de abrir la puerta del Camp Nou a algunos jugadores como Piqué, Dani Alves o Xavi Hernández, futbolistas que en sus círculos íntimos sugirió que debían marcharse de la Ciudad Condal si el equipo quería remontar el vuelo. Ante esa incapacidad, Pep hizo las maletas y se fue a Nueva York para luego recaer en Baviera.

Del Bosque pudo haber hecho lo mismo. Lo fácil, dicen, es eso de marcharte cuando las cosas van mal dadas. Más si cabe cuando tienes la vida resuelta y te espera una dorada jubilación junto a tu familia. Pero no. Del Bosque no es de esos. El preparador salmantino se quedó en el barco para comenzar lo que él mismo ha llamado como una "dulce transición", algo así como una limpieza de vestuario en el lenguaje del resto de los mortales.

Algunos jugadores se lo han puesto fácil diciéndolo que no a la Selección.

Xavi y Xabi Alonso anunciaron su despedida de 'La Roja' a principios de curso. Dos problemas menos. La lesión de Valdés y Javi Martínez, además de la marcha de Villa a Nueva York también ayudaron a borrar tres habituales más de las listas. El resto debía ser cosa de Del Bosque. Y el seleccionador se puso manos a la obra con pequeños descartes convocatoria a convocatoria.

Primero fueron Reina, Fernando Torres y Arbeloa. Le siguieron Mata, Azpilicueta y (temporalmente) Piqué. Si a ello le unimos que las lesiones han apartado también a Cesc, Silva, Costa o Iniesta, el resultado es que en su última convocatoria España sólo contó con 12 de los 23 futbolistas que fueron a Bra-

“ los blaugrana ya no dominan el fútbol español. El Real Madrid ha vuelto a cogerle la delantera y ante el cambio de ciclo, Del Bosque también se ha apuntado al camino que le ha marcado Ancelotti con su 4-4-2.”



sil. Caras nuevas como De Gea, Kiko Casilla, Carvajal, Bartra, Koke, Paco Alcácer, Morata y, sobre todo, Isco empiezan a ser una constante.

Bienvenidos a la nueva España. Nueva de verdad.

¿Quiéren ejemplos? Contra Alemania sólo estuvieron en el once cuatro de los jugadores que disputaron la final del Mundial de Sudáfrica en 2010 y la de la Eurocopa en 2012, a saber, Casillas, Ramos, Piqué y Busquets. Mirado con mayor perspectiva, esto es, analizando las plantillas de España en los últimos grandes torneos, el resultado demuestra que Del Bosque parece haberse lo tomado en serio.

Ésta es la relación de futbolistas que continúan con respecto a convocatorias de grandes eventos anteriores.

Mundial 2014. Continúan 11 jugadores: Casillas, Ramos, Albiol, Cazorla, Piqué, Busquets, Pedro, Jordi Alba, Juanfran y Koke.

Eurocopa 2012. Continúan 9 jugadores: Casillas, Ramos, Albiol, Cazorla, Piqué, Busquets, Pedro, Jordi Alba y Juanfran.

Mundial 2010. Continúan 6 jugadores: Casillas, Ramos, Albiol, Piqué, Busquets y Pedro.

Eurocopa 2008. Continúan 4 jugadores: Casillas, Ramos, Albiol y Cazorla.

Además, España ha cambiado el dibujo. Ya no jugamos a lo que jugaba el Barça. Jugamos a lo que juega el Real Madrid. Porque **si algo ha caracterizado a Del Bosque en su etapa como seleccionador es su gigantesca habilidad para coger lo bueno de los grandes y hacerlo realidad en 'La Roja'**. Durante todo este tiempo, nuestro estilo de juego se ha parecido más a los de la Ciudad Condal que a los de Concha Espina. Incluso el dichoso doble pivote Busquets - Xabi Alonso nunca fue eso, un doble pivote. El ahora jugador del Bayern ocupaba el puesto de interior junto a Xavi Hernández en un rol similar al que, por ejemplo, desarrolló Yaya Touré en el mejor Barça de Guardiola.

Ahora los blaugrana ya no dominan el fútbol español. El Real Madrid ha vuelto a cogerle la delantera y ante el cambio de ciclo, Del Bosque también se ha apuntado al camino que le ha marcado Ancelotti con su 4-4-2, ése en el que el doble pivote creativo es una norma de estilo y en el que Isco brilla pegado a la banda derecha. El Marqués ha adaptado este mecanismo con otro doble pivote creativo (Busquets-Koke) en el que Isco también juega pegado a la cal, eso sí, siempre con libertad para hacer lo que le viene en gana (que siendo Isco, suele ser mucho y bueno). Una fórmula que ha dejado buenos destellos en los partidos en los que ha sido utilizada y a la que le falta tiempo de cocción. Vamos, que hay esperanza porque, esta España es aún joven y porque, siendo sinceros, y más allá de Alemania, en el resto del Viejo Continente no hay equipo que pase por un momento mucho más glorioso que los nuestros de cara a la próxima Eurocopa.

¿Lo ven? **Al final no ha sido tan duro leer hasta el final de estas páginas.**

Con esta selección siempre queda espacio para soñar con un futuro de recuperación en el que volver a gritar con orgullo lo de "yo soy español, español, español". En todo caso, recordemos que venimos de un tiempo glorioso que seguramente no verán repetidos ni los hijos de nuestros hijos. La secuencia Eurocopa-Mundial-Eurocopa fue un hi-to con el que más de uno puede vivir ya de las rentas del resto de sus vidas. Total, si hasta hace mucho tiempo éramos felices porque Señor marcaba un gol a Malta para entrar en una Eurocopa, ¿cómo lo vamos a ser ahora que hemos pasado seis años con el mundo por montera? ◀

CURSOS Y RECICLAJES



SALVAMENTO Y SOCORRISMO

Del 17 de Enero al 22 de Febrero de 2014
(Sábados de 10 a 19 horas y Domingos de 10 a 15 horas)

CALENDARIO
DE RECICLAJES

22 de Febrero
21 de Marzo
30 de Mayo

70 €

PRECIO
300 €



Acreditado por la Consejería
de Sanidad y Consumo de la
Comunidad de Madrid.



ORGANIZADO POR:



INSCRIPCIONES E INFORMACIÓN:

Centro Deportivo INACUA "La Canaleja" T. 91 621 14 74
mail: javier.diaz@ferrovial.com

WELLNESS ON THE GO

TU EXPERIENCIA WELLNESS EN CUALQUIER LUGAR, EN CUALQUIER MOMENTO



GESTIONA LAS ACTIVIDADES WELLNESS DE TUS CLIENTES, DENTRO Y FUERA DEL GIMNASIO.

Gracias a Mywellness Cloud de Technogym, tus clientes podrán disfrutar de los beneficios de un programa completamente personalizado, seguir los resultados de entrenamiento y desafiarse los unos a los otros. Tus clientes además podrán utilizar sus aplicaciones favoritas y compartir los resultados con su Smartphone. ¡¡¡Fideliza a tus clientes donde quiera que estén!!!



Mywellness Cloud te ofrece una completa oferta de aplicaciones móviles compatibles con el equipamiento Technogym.

INTEGRADO CON:



Para más información visita la siguiente página
www.technogym.com/wellnessonthego

SPAIN TECHNOGYM TRADING S.A. Ph. +34 902 101 093 informacion@technogym.com
OTHER COUNTRIES TECHNOGYM SpA Ph. +39 0547 650111 info@technogym.com

TECHNOGYM

The Wellness Company