

DEPORcam

LA REVISTA DEL CÍRCULO DE GESTORES



NOTICIA:
El Sanse: un
proyecto profesional,
por Javier Martín



ARTÍCULO:
Reinauguración
de BNFIT Talaso
en el día
de Asturias

ARTÍCULO:
Eva Cañizares
y el Ambiente
Laboral



NÚMERO **29**



Maikel Melero



SANTAGADEA

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

sumario

No hay vida después de Rafa Nadal **5**

El mejor embajador de nuestra marca **6**



A por las 42 medallas de Londres **9**

De África a la gestión deportiva mundial **10**

ENTREVISTA: Maikel Melero **14**



Debut de Julen Lopetegui como nuevo seleccionador de fútbol **17**

La Palestra del Círculo **20**

La importancia de las redes sociales en el sector del fitness **22**

Promoción institucional del deporte amateur **24**

La inteligencia colectiva y el liderazgo al servicio de la promoción deportiva **28**

Poderoso caballero... **29**



Inacua: un referente en la gestión de centros deportivos, en plena expansión **30**

Esto no sucedería nunca en nuestro estadio **32**

Gestas y dudas olímpicas tras los juegos de Río 2016 **36**



Kingtana **40**

Dirigentes deportivos e ingenieros soviéticos **42**

15.000 alumnos serán más activos y saludables en el curso 2016-2017 **46**

Ascenso del Sanse **48**

Terrorismo internacional y deporte **52**

Los juegos olímpicos y el deporte femenino **54**

Gijón se viste de Gala en el día de Asturias coincidiendo con la puesta de largo de BNFIT Talaso **56**

directorio

Director de Publicaciones Manuel Zambrana

Director de Deporcam Javier Callejo

Redactor Jefe Javier Martín

Redacción Javier Martín, Benito Pérez, Pablo Sánchez Buján

Director de Comunicación Antonio López

Edita Grupo Santagadea BNFIT
deporcam@bnfit.es
Círculo de Gestores
info@circulodegestores.org

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

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^a. Milagros Díaz Díaz

Vicepresidente D. Benito Pérez González

Secretario D. Carlos Delgado Lacoba

Tesorero D. Manuel Gutiérrez Landaluze

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



LIBERA EL ATLETA QUE LLEVAS DENTRO



MULTIDRIVE
(PENDIENTE DE PATENTE)



SKILLMILL™

ATHLETIC PERFORMANCE TRAINING

POTENCIA



RESISTENCIA



AGILIDAD



VELOCIDAD



Desde un empuje de trineo hasta un sprint a alta velocidad, el nuevo equipamiento Technogym no-motorizado con resistencia reactiva multidrive (pendiente de patente), lleva tu rendimiento al siguiente nivel. Descubre más: technogym.com/skillmill

TECHNOGYM®

The Wellness Company



Javier Callejo

No hay vida después de Rafa Nadal

A mí, no es que me guste que Rafa Nadal gane... es que me sienta mal que pierda. Y celebro su medalla de oro en el dobles junto a Marc López, como me agarro un cabreo de mil demonios cuando se queda sin el bronce en individual. Porque Nadal es un ejemplo en la victoria y en la derrota, poco común casi tanto lo uno como lo otro.

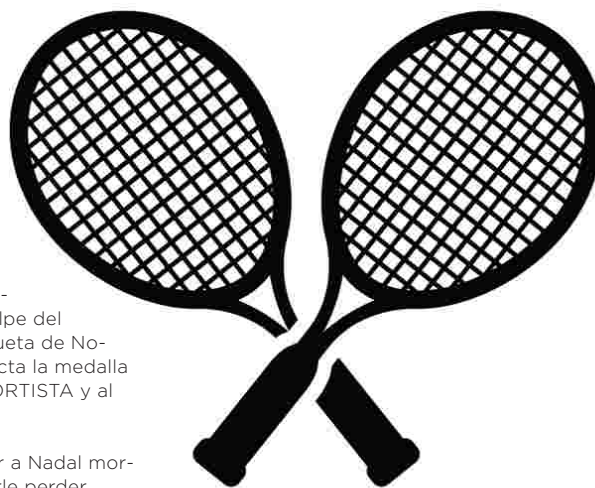
Y me da que la llave que abre esta devoción tiene que ver con los pasos que da por el camino, independientemente de si tras el desierto, llega o no a oasis alguno. Los rituales del mejor tenista español de todos los tiempos (desajuste del pantalón/calzoncillo, gestos en cara y cinta que a duras penas le sujeta el sudor, colocación suiza de las botellas de las que bebe a sorbos casi milimétricamente medidos, etc), no le permiten menospreciar puntos. Es como si al marcador siempre le estuviese dando la espalda.

Rafa, mientras en su cabeza hace números y estrategias a velocidad de vértigo, proyecta hacia el mundo una monotonía espartana a la hora comportarse en un 40-0... o en un 0-40. De ahí que su carrera esté llena de remontadas épicas, inalcanzables para el guionista más kafkiano que se recuerde. Del Nadal artista, tendríamos claros todos y cada uno de sus movimientos con/ante el lienzo, la arcilla o el instrumento musical, pero jamás adivinaríamos por cerca del final que estuviéramos, el resultado último.

Nadal no tiene en los bolsillos más que la pelota reserva de cada servicio. Ni una excusa, ni un reproche, salvo para encañonarlo contra sí mismo. Y cuando la injusticia se cruza en su camino (como en el lamentable gesto de Nishikori abandonando el partido de semifinales durante 12 minutos cuando el tenis de Nadal le estaba superando), entonces Rafa protesta sacando el libro de la lógica, y ni un aspaviento más.

El que fuera número 1 del mundo, ha perdido pel-daños por culpa de las lesiones, el inexorable golpe del paso del tiempo... y la emergente dictatorial raqueta de Novak Djokovic. Pero ha seguido manteniendo intacta la medalla de oro, intuyo que eterna, que reconoce al DEPORTISTA y al SER HUMANO con mayúsculas.

Porque todavía me dura la alegría de contemplar a Nadal mor-diendo el oro de dobles... y el "mosqueo" por verle perder.



el mejor EMBAJADOR DE NUESTRA MARCA




Eva Cañizares
Directora de Centro
BNFIT Fundación

Hace unas semanas, mi amigo *Juan Carlos Maestro*, creador del término **FELICACIA**, para definir la suma de FELICIDAD + EFICACIA en el trabajo, me pidió que hiciera una encuesta anónima entre los trabajadores de la instalación deportiva que dirijo en Sevilla para un libro en el que está trabajando. El resultado de la misma fue muy satisfactorio ya que la gran mayoría de los trabajadores manifestaron que eran felices en su trabajo, fundamentalmente, debido al buen ambiente que, en general, reina entre todos.

Personalmente, y por lo que a mi trabajo con ellos respecta, fue muy grato leerles que lo que les hacía felices era el **buen clima laboral**, por encima del salario y otras cuestiones igualmente importantes que, obviamente, también apuntaron, aunque como secundarias.

Soy una firme defensora de que **un empleado contento es un empleado más productivo** y que, por tanto, el bienestar de los trabajadores en el trabajo repercute positivamente en la cuenta de explotación de la empresa. Y es que, al contrario de lo que mu-



A person wearing a light blue and white striped business shirt and a dark tie is holding a large, black-outlined smiley face cutout. The person's hand is visible on the right side of the cutout. The background is a plain, light-colored wall.

chos creen, la felicidad no es un aspecto abstracto sino que se materializa en un mejor entorno laboral y, por consiguiente, en un aumento en la eficacia y la productividad. Porque ser feliz es fundamental en todos los niveles de la vida y a ello, naturalmente, no escapa el ámbito laboral donde es importante tanto para el trabajador individualmente considerado como para el conjunto de trabajadores de la empresa. Mi experiencia me demuestra que es posible sentirse agusto en el trabajo y que, si se consigue este objetivo, se evoluciona y mejora tanto en el plano personal como en el social o colectivo y, además, el resultado final es mucho más positivo.

Afortunadamente, para muchos de los que gestionamos equipos de personas el concepto de felicidad en el trabajo ha dejado de ser un concepto meramente filosófico y lo hemos trasladado al ámbito empresarial. Hasta hace unos años se creía que el salario era el factor más influyente para alcanzar la felicidad laboral pero, de un tiempo a esta parte, esta percepción ha comenzado a cambiar, pues según recientes estudios (de Addeco, entre otros) “unos trabajadores felices son más innovadores, más productivos y están más compro-

metidos con su empresa, además de trabajar mejor en equipo y adaptarse más rápido a las circunstancias”. No en vano, ocho de cada diez de los trabajadores encuestados, aseguran ser felices en el desarrollo de su profesión y el 62,7% de ellos creen que un mayor cargo y/o salario no son sinónimos de felicidad laboral, si no están acompañados de otros factores. Además, y según un estudio del Opener Institute de Oxford, los empleados felices permanecen el doble de tiempo en sus tareas, tienen un 65% más de energía y su vinculación a la empresa es mayor. Es decir, hay una nueva forma de dirigir a las personas y la “felicacia” es una herramienta que nos permite hacerlo al ser un estilo directivo más humanista, pensado en las personas y en cómo pueden ser más felices.

Soy consciente, de que con la compleja situación económica actual -con cuatro millones de personas desempleadas-, para muchos, la felicidad radicará exclusivamente en tener un puesto de trabajo. Pero para las personas que están empleadas es muy importante sentirse motivadas y agusto, y esto solo puede ser fruto del trabajo en equipo porque es responsabilidad de todos los miembros de una organización alcanzar ese objetivo, se necesita contar con la implicación de toda la plantilla, independientemente del grado de participación de cada uno en la misma. Por eso una de las claves para lograrlo es la actitud positiva tanto de los empleados como de los directivos y, por supuesto, de las propias empresas. El trabajo de todas las partes individualmente consideradas multiplica el triunfo del colectivo. Si el conjunto de los miembros de una empresa alcanza sus objetivos, ésta evolucionará, mejorará y, en consecuencia, avanzará. Por tanto, es necesario tener en cuenta las actitudes y emociones de los demás pues, frecuentemente, los malentendidos y las insatisfacciones en el ambiente laboral, son la consecuencia de no ponerse en el lugar del otro. Es decir, la empatía >>

”el bienestar de los trabajadores en el trabajo repercute positivamente en la cuenta de explotación de la empresa”

como otra de las claves para lograr el buen clima laboral, desterrando algunos comportamientos que son perjudiciales como buscar culpables, comparar y enfrentar a unos con otros, las inseguridades, etc.

Otro aspecto fundamental para que los trabajadores alcancen el ansiado bienestar laboral, es el **reconocimiento**, tanto de los compañeros como de los jefes. Es conveniente, hacer saber a los empleados lo importantes que son para el equipo, para la empresa, **ser receptivos a la hora de recibir sus ideas y sugerencias, que su trabajo se vea recompensado**. Una palmadita en la espalda muchas veces reconforta más que una gratificación económica (aunque si son las dos cosas, mucho mejor, obviamente). Este tipo de gestos indican que se les tiene en cuenta, que son pilares fundamentales dentro de la empresa. Cada trabajador debe sentir que su trabajo forma parte de un todo y que lo que hace influye y afecta, positiva o negativamente, en los demás.

Estos aspectos de compañerismo y de desarrollo de sus habilidades profesionales y personales son también puntos claves que señalan los trabajadores para lograr la felicidad en sus puestos de trabajo, ya que fomentar, a través de la formación, los conocimientos de los trabajadores es un elemento motiva-

dor que acrecienta la percepción de que la compañía confía en ellos e invierte en sus estudios para hacer de ellos mejores trabajadores.

Ya sé que muchos pensáis que todo esto de la **felicidad y el bienestar** de los empleados es un discurso que se ha puesto de moda recientemente, pero que no va más allá de buenas intenciones o bonitas palabras sin apenas aplicación práctica. Otros relacionáis este pretendido buenismo con que el trabajador tenga más días de vacaciones, más tiempo de descanso en la jornada, café gratis o un buen despacho. Pero la "Felicacia" es otra cosa, es conseguir que tus trabajadores identifiquen y compartan sus valores con los de la empresa y, de esta manera, trabajen mejor y más relajadamente.

En definitiva, que el trabajador se sienta realizado profesional y personalmente, lo cual dará como resultado un trabajador contento, feliz y más eficaz y productivo en su desempeño profesional. Y no sólo la productividad del empleado feliz es el beneficio que obtiene la empresa. Paralelamente, la organización se beneficia de un mayor ahorro en el gasto de personal ya que se aumenta la retención del talento y, en consecuencia, aumenta la fidelidad del trabajador hacia su empresa, de manera que disminuyen los costes de

reclutamiento y formación. Otra de las ventajas de una mayor productividad y rendimiento económico es la consiguiente mejora de la imagen de la empresa, ya que un trabajador feliz va a desempeñar mejor su labor y ello redundará en una mejora de la calidad del servicio hacia los clientes. El empleado feliz es el mejor embajador de la marca. Un empleado que sale de su trabajo y sigue hablando bien de él, transmitirá este sentimiento a aquellos de los que se rodee, del mismo modo, que si es infeliz, transmitirá una imagen negativa. Un alto grado de implicación hacia la marca supone siempre una gran ventaja competitiva ya que incrementa el grado de satisfacción del cliente. Pero, como acertadamente dice **Juan Carlos Maestro**, la responsabilidad final de la felicidad sigue siendo personal. La empresa no puede hacerse cargo de la felicidad de los trabajadores. Lo que sí puede es facilitar las condiciones organizacionales para el despliegue del bienestar psicológico y las fortalezas de las personas y los equipos. Por tanto, la felicidad organizacional es una responsabilidad de la empresa y la felicidad en el trabajo es una responsabilidad de los trabajadores.

Sé que no es fácil pero no hay que desistir. La clave del éxito es persistir. ◀

MANTENIMIENTO PROGRAMADO Y SERVICIO TÉCNICO MULTIMARCA



AVD3, somos una empresa dedicada al mantenimiento y reparación de maquinaria fitness, wellness e instalaciones deportivas con servicio técnico multimarca.

Más de 10 años de experiencia nos avalan, aportando garantía de calidad y profesionalidad en todos nuestros servicios.

Gracias a nuestro programa personalizado de mantenimiento preventivo, prolongamos la vida de las máquinas lo que supone un gran ahorro y una constante revalorización de sus equipos.

IMPORTANTE
AHORRO

IMPORTANTE
REVALORIZACIÓN
DE SU EQUIPO



Información:

91 628 74 27

C/ Rafael Pillado Mourelle 6 A20 - 28110 Algete (Madrid)
mail: comercial@avd3.com www.avd3.com

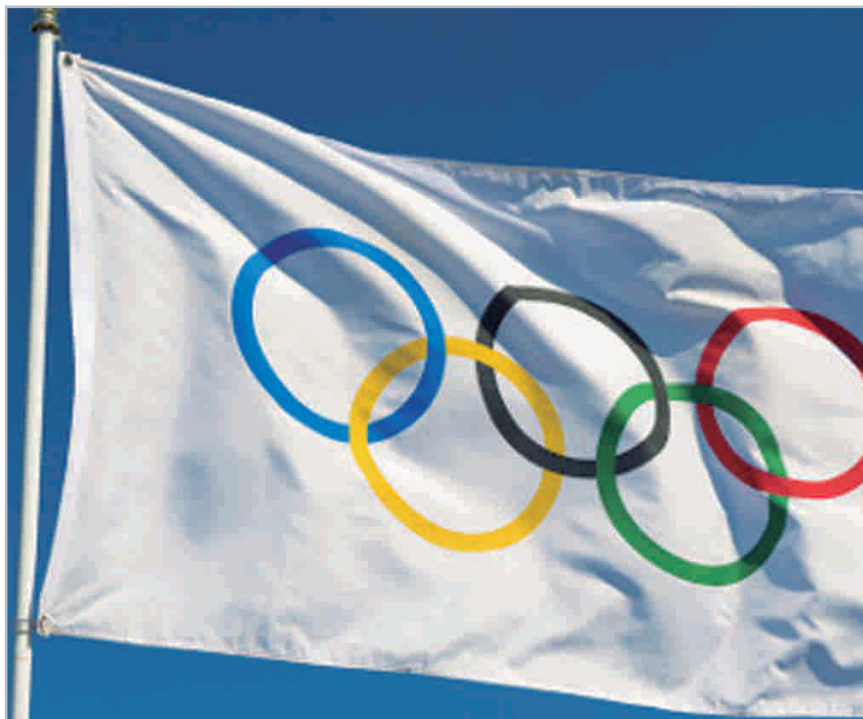
AVD3
EQUIPAMIENTO Y SERVICIO TÉCNICO

ESPAÑA BRILLA EN RÍO CON 31 MEDALLAS

España participó en los Juegos Paralímpicos de Río 2016 con una actuación notable.

Nuestros atletas lograron un total de 31 medallas, once menos que las 42 logradas cuatro años atrás en Londres 2012. Sin embargo, la posición mejoró y colocó a la delegación española en el lugar 11º del medallero toda vez que se consiguieron preseas de mayor calidad que las logradas en la capital británica.

Así, la cosecha acabó con 9oros, 14 platas y 8 bronces. La nadadora Teresa Perales volvió a ser la líder de la expedición con cuatro medallas colgadas en su cuello de las seis a las que aspiraba. De haberlo conseguido, habría igualado las 26 que suma en su haber Michael Phelps. Pese a ello, Teresa ha logrado 24 medallas paralímpicas en toda su carrera, un hito que la convierte en una de las mejores de la historia ya no sólo de España, sino del mundo entero. ¡Enhorabuena a todos por vuestro papel en Río! ◀



RUNNING ON INNOVATION

PAVIMENTO PABELLONES

CÉSPED ARTIFICIAL DEPORTIVO

PISTAS DE ATLETISMO

EQUIPAMIENTO DEPORTIVO

CÉSPED ARTIFICIAL DECORATIVO

PANTALLAS LED



MONDO
SPORT & FLOORING.



www.mondoworldwide.com

DE ÁFRICA A LA GESTIÓN DEPORTIVA MUNDIAL



Leonor Gallardo
Conferenciante, escritora
y CEO del Grupo IGOID

Hace un año y medio, me pidieron ayuda para codirigir una tesis doctoral de un profesor de la Universidad de Maputo, que estaba realizando su tesis en Oporto. En este periodo de tiempo, he podido comprobar que algunas Universidades de África, apuestan por el talento, formando a sus profesores fuera del continente.

Considero que lo mejor que le puede pasar a una persona y a su organización, es formarse fuera de su lugar habitual, "Ya que el aislamiento del exterior, el hermetismo, hace caer en las carencias innovadoras". Esto fue el inicio de una relación docente a visitar Mozambique, este verano.

La **semana del 25 al 30 de julio de 2016**, al comienzo de mis vacaciones, tuve la oportunidad de participar en el Primer Mestrado en Gestión do Desporto, organizado por la Universidad Pedagógica (Facultad de Educación Física e Deporte), en la Ciudad de Maputo/Mozambique. Fueron 25 horas de impartición en el Master, las clases estuvieron centradas en el análisis financiero de las instalaciones deportivas y el deporte, la seguridad de las instalaciones deportivas, el liderazgo y el talento en el deporte y la innovación y desarrollo, que tanto necesitamos para mejorar y dar respuestas a las necesidades actuales.

“el aislamiento del exterior, el hermetismo, hace caer en las carencias innovadoras”

Participé también con la conferencia **“Tendencias de la industria del Fitness; tecnología y Clientes”**, en el marco del Centro de Investigación FEFD (también tienen centro de investigación del deporte), el día 29 de julio, en el III Jornadas de Investigación del deporte y actividad física, un evento dedicado a la reflexión e intercambios del sector del fitness.

Estaban presentes más de 300 personas y grandes empresarios de los países cercanos. Una vez más, mi sorpresa fue mayúscula, “Ya quisieran muchas Universidades y Organismos del mundo del deporte, tener tanta actividad en general”, como en Maputo. Solo os puedo confirmar que una vez más he aprendido durante estos años que en la gestión deportiva se debe estar en constante movimiento y tenemos mucho que aprender,,,,,,,,,

Uno de los proyectos de innovación que presenté en estas jornadas fue <http://www.investigacionengestiondeportiva.es/grupo-igoid-y-la-consultora-ocp-investigan-la-tecnologia-en-centros-deportivos/> una investigación para “Analizar el uso que los clientes de los centros deportivos hacen de la tecnología y detectar posibilidades de mejora de los clientes y centros deportivos”, patrocinado por la empresa de equipamiento deportivo Matrix Fitness y la Fundación de Vida Activa Saludable (FVAS). Por tercer año

consecutivo, continuamos con este estupendo acuerdo patrocinador, ya que uno de los temas que más interés suscita actualmente entre los directores y gerentes de los centros deportivos, es el uso que de la tecnología realizan los usuarios de los mismos.

Preguntas que a todos nos gustaría saber las respuestas, como; ¿Qué aplicaciones utilizan en los centros deportivos y en su vida diaria? ¿Con qué finalidad utilizan esas aplicaciones? ¿Qué tecnología incorpora el equipamiento del centro deportivo al que asiste? ¿Qué aplicaciones y tecnología les gustaría a los clientes que se incluyeran en el equipamiento? ¿Constituyen la tecnología y las aplicaciones una amenaza para los centros deportivos o es una oportunidad por explotar?

La respuesta de la sociedad deportiva Mozambiqueña por el interés de este proyecto y otros que llevamos en España, fue impresionante, novedosos en esta temática. Pero por ahora, es difícil que puedan participar en este proyecto, lo intentaremos. Ya me gustaría que ello se trasladará a todas la cadenas españolas de centros deportivos. En las próximas semanas comenzaremos con esta investigación, una vez más os recuerdo que estáis todos invitados a participar y gratis,, “Innovar es una actividad de riesgo cuyo principal riesgo es no practi- >>

“ya quisieran muchas Universidades y Organismos del mundo del deporte, tener tanta actividad en general como en Maputo”





“uno de los temas que más interés suscita actualmente entre los directores y gerentes de los centros deportivos, es el uso que de la tecnología realizan los usuarios de los mismos”

carla”, Steve Jobs

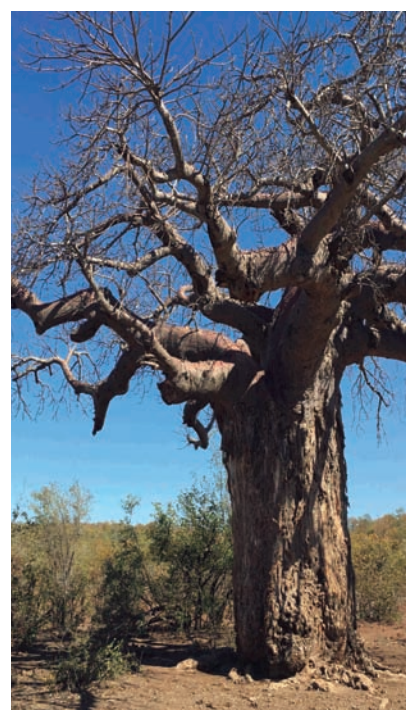
Es imposible innovar sin conocimiento; Por ello, os animo a formar parte de la comunidad científica, dando a conocer vuestros trabajos como que conozcáis los nuestros, en congresos y revistas, por ello, en los próximos meses estaremos presentando uno de los últimos trabajos que podéis conocer del www.igoid.es se presentarán en el **EASM (European Association for Sport Management)** que se celebrará este septiembre en Varsovia (Polonia). Este congreso, que reúne a los más importantes investigadores en Gestión Deportiva y Economía del Deporte, es el más influyente en Europa y probablemente uno de los más destacados a nivel mundial.

El **Grupo IGOID** ha tenido presencia en más de 10 ediciones de este congreso a través de sus diferentes miembros y colaboradores, volviendo este año a participar. El Dr. Jorge García y parte del equipo, viajaremos a Varsovia para presentar un trabajo sobre actividad

física en el entorno laboral y niveles de estrés y calidad de vida de los empleados. Con este trabajo, el grupo consolida una nueva línea de investigación, de gran necesidad.

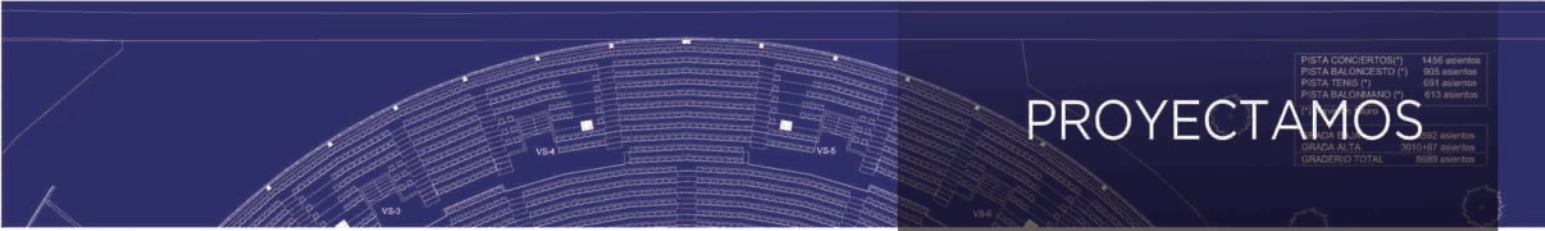
Quizás alguna persona se pregunte que pasa cuando viajas a países y algunos complicados, pues es difícil, a veces. En este caso era la primera vez que visitaba Mozambique. Junto con la dificultad del idioma y todo ello, parecía ser complicado. Pero puedo decir, que ha sido todo lo contrario, me he sentido fenomenal. Si algo positivo me ha dado el dedicarme a la gestión deportiva, es la posibilidad de seguir conociendo personas e iniciar nuevos proyectos. Os animo a participar en ellos y os deseo muchos viajes en la gestión deportiva..... ◀

Leonor Gallardo Guerrero
www.igoid.es



Equipamiento Deportivo Integral de Instalaciones y Centros Deportivos

Más de 30 años de experiencia y solvencia en la instalación de Equipamientos Deportivos Integrales, Deportes de Equipo, Instalaciones Deportivas, Pavimentos Deportivos Indoor y Outdoor, Renovación de Pavimentos insitu, Atletismo, Gimnasia, Fitness, Deportes Alternativos y Piscinas.



PROYECTAMOS

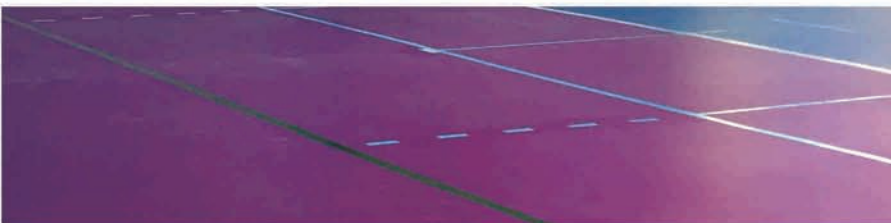
PISTA CONCIERTOS(*)	1456 asientos
PISTA BALONCESTO (*)	935 asientos
PISTA TENIS (*)	601 asientos
PISTA BALONMANO (*)	633 asientos
GRADA A	1052 asientos
GRADA B	2010 asientos
GRADERO TOTAL	8688 asientos



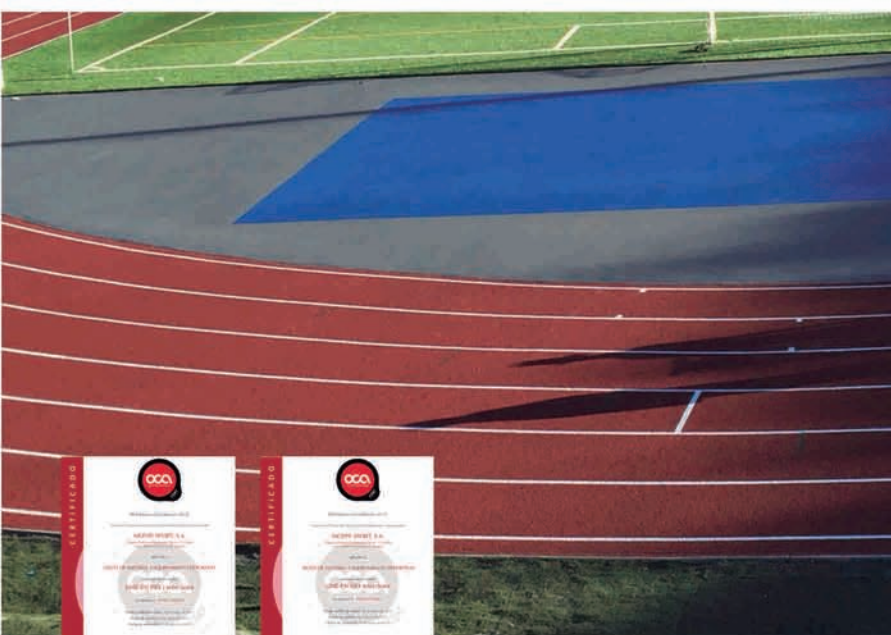
DESARROLLAMOS



EJECUTAMOS



INSTALAMOS



... y entregamos

Trabajos garantizados, servicio post-venta ágil y capacidad para resolver cualquier incidencia técnica en el menor tiempo.

Garantía de calidad, ISO 9001 e ISO 14001 y la profesionalidad y el compromiso de Moype Sport.



Información:

91 668 70 44

comercial@moype.com
www.moype.com





ENTREVISTAMOS A

Maiikel Melero

A sus 28 años, tiene un curriculum envidiable, en el que brillan sobremanera los dos campeonatos del mundo de motocross freestyle. Sinónimo de espectáculo, el piloto albaceteño quiere más. Una suerte que así sea, para los amantes de un arte que no conoce límites.

(DC): Me lo pide el cuerpo. Antes de empezar... ¿está usted loco?

(MK): No, no estoy loco, y creo que para realizar este deporte y estar al máximo nivel hay que estar muy cuerdo y con la mente al 100%.

(DC): Campeón del mundo en 2014, 2015 y ahora al frente de la clasificación, ¿ya está celebrando un nuevo título?

(MK): No! aún queda la mitad del campeonato y pueden pasar muchas cosas, queda mucho trabajo por hacer aun para conseguir este año el título.

(DC): Que le pone más nervioso, hacer a la perfección sus saltos o la presión por no defraudar?

(MK): Cada vez que salgo a la pista no pienso en nada ni en nadie, solo superarme a mí mismo e intentar cada vez hacerlo un poco mejor.

(DC): A sus 28 años, y después de haber grabado en oro su nombre en el deporte, ¿qué retos tiene por delante?

(MK): Seguir mejorando.

(DC): ¿Siente o ha sentido alguna vez miedo encima de la moto?

(MK): No nunca, lo que sí tengo es mucho cuidado y entreno duro para no fallar y no hacerme daño.

(DC): ¿Es de los que se retirará cuando deje de ganar o cuando deje de disfrutar?

(MK): Cuando deje de disfrutar.

(DC): ¿Y alguna vez se le ha pasado por la cabeza no levantarse de la



cama y seguir durmiendo... vamos pasar de entrenar?

(MK): Si, a veces no me ha apetecido entrenar y no lo he hecho.

(DC): Si Cristiano Ronaldo o Messi son los mejores del mundo en el fútbol y ganan más de 20 millones de euros... ¿cuánto gana el mejor del mundo de motocross freestyle? (No hace falta que me lo diga, pero entiéndame la comparación, para contestar....)

(MK): Muchísimo menos que ellos... ojala llegara a ganar el 1% de lo que ganan ellos jajajaja.

(DC): Si tuviera que elegir entre el primer y el segundo mundial, ¿cuál se quedaría?

(MK): Con el tercero que está por llegar.

(DC): Cuando uno está ahí arriba, en pleno salto, ¿alguna vez ha tenido tiempo para pensar en algo que no sea su cuerpo y su moto?

(MK): No nunca pienso en otra cosa, solo en controlar todo lo que estoy haciendo.

(DC): Usted es puro espectáculo en la pista, pero antes de salir a ella, ¿cómo se motiva, qué música escu-

cha, come algo, reza?... vamos que quisiera saber su ritual...

(MK): Siempre hago las mismas cosas, año tras año voy aprendiendo y relajándome para no fallar y empezar la ronda lo más fuerte posible, hasta ahora me van bien y no las cambiare, el día que me retire montare escuela y enseñare todo lo aprendido durante tantos años.

(DC): ¿Cuál ha sido el momento más especial de su carrera, el salto que jamás olvidará?

(MK): Ha habido muchos... cuando subí al podio en xfighters Madrid o las dos veces que he ganado el mundial, también este año cuando gane el campeonato de Europa todas esas y las que llegaran son especiales.

(DC): Normalmente quienes vamos a verle le damos las gracias por el espectáculo que nos hace vivir... a quién le da usted las gracias?

(MK): A toda la gente que me apoya y confía en mí.

(DC): Usted piensa que... como pensamos muchos, se juega la vida constantemente o lo ve de una manera distinta...

(MK): Yo lo veo de una manera distinta, es un deporte muy arriesgado

“ es un deporte muy arriesgado, pero si entrenas y lo controlas no tiene porqué pasar nada malo”

pero si entrenas y lo controlas no tiene porqué pasar nada malo.

(DC): Y para terminar... es que me ha quedado alguna duda, de verdad, ¿no está usted loco?

(MK): No!! pero bueno quizás un punto de locura si tenemos para hacer todo lo que hacemos jajajajaja.

(DC): Muchas gracias y mucha ilusión para el futuro... la suerte no creo que la necesite...

(MK): Maikel Melero: Gracias a vosotros por la entrevista!! ◀

MANUTENIMIENTO GESTION E INSTALACIONES DEPORTIVAS



Magein le da la bienvenida como empresa líder en el mercado de la pavimentación deportiva, aportando infinidad de soluciones para instalaciones deportivas; todo tipo de pavimentos, deportivos y residenciales, equipamiento integral de cualquier tipo de centro deportivo ya sea público o privado.

Trabajamos con los mejores fabricantes europeos de:

Césped artificial para uso deportivo y decorativo

Pistas de pádel

Resinas acrílicas

Resinas de poliuretano de interior y exterior

Equipamiento deportivo

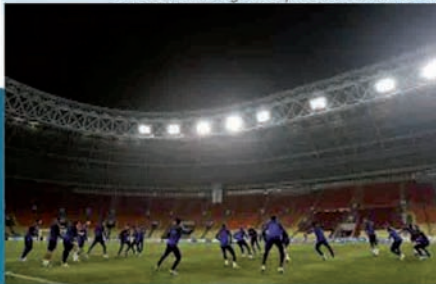
Con un personal altamente cualificado trabajamos por la confianza y satisfacción de nuestros clientes supervisando nuestros trabajos desde la fase de proyecto hasta su entrega definitiva, incluso el futuro mantenimiento de las instalaciones, consiguiendo instalaciones de alta calidad con un coste reducido.

Compromiso con nuestros clientes:

Rentabilidad: inversión amortizable a corto plazo.

Estándares de calidad.

Soluciones integrales y asesoramiento técnico, ofreciendo soluciones innovadoras y adaptadas a cada cliente en particular.



C/ Mar Rojo nº7, Local 3, 28821 Castida (Madrid) Tel.: 0034 91 247 12 70

www.magein.es info@magein.es

DEBUT DE JULEN LOPETEGUI COMO NUEVO SELECCIONADOR DE FUTBOL

Llegó el día. El primero sin Vicente del Bosque en el banquillo de la selección española en los últimos 8 años.

Llegó el debut de **Julen Lopetegui** como seleccionador nacional de fútbol. Fue ante Bélgica, el pasado 1 de septiembre, en un partido amistoso que acabó 2-0. El exentrenador de Oporto y Rayo Vallecano, entre otros, arranca una etapa nueva e ilusionante en la que tendrá como máxima recuperar el potencial y juego de un combinado de jugadores que nos hicieron soñar durante tanto tiempo. ◀



Sport Consulting

Dispositivos para el control de accesos

Compatible con cualquier software de gestión

► Brazaletes
► Llaveros
► Tarjetas

www.sport-consulting.es
enrique@sport-consulting.info
983 13 31 03

A QR code located in the bottom left corner of the advertisement, used for quick access to the company's website.

El Grupo IG OID, de la Universidad de Castilla-La Mancha, dirigido por la Dra. Leonor Gallardo, es un colectivo de profesionales dedicado a la investigación, el desarrollo y la innovación en el ámbito de la Gestión Deportiva y de la práctica de actividad física saludable. Este año ofertará la siguiente formación 100% online, cuyo plazo de preinscripción ya ha comenzado y terminará el 29 de Septiembre de 2016.

PLAZO DE PREINSCRIPCIÓN Y MATRICULACIÓN PARA LA FORMACIÓN: del 25 de Abril al 29 de Septiembre de 2016

MÁSTER EN DIRECCIÓN, MARKETING Y COMMUNITY MANAGEMENT DE CENTROS DEPORTIVOS, EMPRESAS Y EVENTOS DEPORTIVOS (1ª edición)

Duración: del 29 de Septiembre de 2016 al 30 de Junio de 2017. Se impartirán todos los lunes y miércoles de 21:00 a 22:00 h.

Contenido: 1. Elementos clave en la gestión de centros deportivos. 2. Las redes sociales, marketing herramientas de gestión y nuevas tendencias. 3. El cambio del sector Público al sector Privado ¿El equilibrio? 4. Los Centros deportivos Privados-Fitness. 5. Fundamentos del Marketing Deportivo y la Investigación de Mercados en el Deporte. 6. Modelo de Negocio digital para empresas y/o eventos deportivos. Principales herramientas web y redes sociales. 7. Estrategia y Activación de Patrocinio: acciones físicas, online y mixtas. 8. Licencias y Ambush Marketing en el Deporte. 9. Marketing y comunicación aplicado a diferentes sectores del Deporte.

ESPECIALISTA EN DIRECCIÓN DE CENTROS DEPORTIVOS (3ª edición)

Duración: del 29 de Septiembre de 2016 al 31 de Enero de 2017. Se impartirán todos los martes y jueves de 21:00 a 22:00 h.

Contenido: 1. Elementos clave en la gestión de centros deportivos. 2. Las redes sociales, marketing herramientas de gestión y nuevas tendencias. 3. El cambio del sector Público al sector Privado ¿El equilibrio? 4. Los Centros deportivos Privados-Fitness.

ESPECIALISTA EN MARKETING Y COMMUNITY MANAGEMENT DE EMPRESAS Y EVENTOS DEPORTIVOS (1ª edición)

Duración: del 1 de Marzo al 30 de Junio de 2017. Se impartirán todos los martes y jueves de 21:00 a 22:00 h.

Contenido: 1. Marketing Deportivo. 2. Modelo de negocio digital para empresas. Herramientas web y redes sociales. 3. Estrategia y activación de patrocinio: acciones físicas, online y mixtas. 4. Licencias y Ambush Marketing en el Deporte. 5. Marketing y comunicación aplicado a diferentes sectores del Deporte.

EXPERTO EN SEGURIDAD DE INSTALACIONES DEPORTIVAS Y EVENTOS RECREATIVOS, CULTURALES Y DEPORTIVOS (4ª edición)

Duración:

del 28 de Septiembre de 2016 al 18 de Diciembre de 2016. Se impartirán todos los lunes y miércoles de 21:00 a 22:00 h.

Contenido: 1. La seguridad de las instalaciones deportivas. 2. Auditorias de calidad en las instalaciones deportivas. 3. La gestión de la seguridad. 4. Realización caso práctico.

ASESORAMIENTO Y EVALUACIÓN DE LAS SUPERFICIES DEPORTIVAS

También puedes contar con sus servicios de Asesoramiento y Evaluación de las Superficies Depeortivas ya que el Grupo IG OID es el único laboratorio Universitario en España que, siguiendo los criterios recogidos en la Norma UNE-EN ISO/IEC 17025, ha sido acreditado por ENAC para la realización de **ensayos de superficies deportivas y la evaluación del estado y las propiedades mecánicas en los pavimentos deportivos** acorde a los criterios normativos especificados en la Norma UNE-EN 15330-1:2014. Actualmente disponemos un servicio de consultoría, análisis y asesoramiento en pavimentos deportivos de alta calidad dirigido a cualquier organismo público o privado que lo necesite..

Para más información de nuestros servicios, contacte con nosotros en:

Grupo IG OID. Facultad de Ciencias del Deporte (UCLM); Teléfono: (+34) 925268800

Ext. 5544; Email: info@igoid.es; **Web:** www.igoid.es / <http://www.uclm.es/estudios/catalogo/tituloPropio.aspx>

 **evergy**[®]

el material fitness
de los profesionales



evergyfitness.com

JORNADA TÉCNICA CÍRCULO DE GESTORES LA MUJER EN EL ÁMBITO DEL DEPORTE



El pasado 15 de junio se celebró una nueva jornada formativa del **Círculo de Gestores Deportivos de Madrid** en colaboración con el **Club de Pádel de la Moraleja**, en cuya sede se celebró el acto.



De izquierda a derecha Milagros Díaz, Teresa Goya, Matzalen Laskibar Fernández, Carlota Castrejana, Alicia Martín y Carlos Delgado.

Abrío la jornada la **concejala de Deportes del Ayuntamiento de Alcobendas, Mar Rodríguez**, que mostró su satisfacción por la celebración de un acto de estas características en su municipio.

Posteriormente se celebraron dos interesantes conferencias: la primera a cargo de **Katharina Miller**, miembro del Consejo European Law Institute, vicepresidenta de Samia y de la Asociación de Mujeres Juristas Iberoamericanas y la segunda de **Matzalen Laskibar Fernández**, Gerente Emtesport.

A continuación se celebró una mesa redonda, moderada por **Carlos Delgado**, secretario de la Junta Directiva del **Círculo de Gestores**, con la participación de destacadas representantes de la gestión del deporte de nuestro país: **Carlota Castrejana**, Asesora Ejecutiva Presidente Consejo Superior de Deportes, **Milagros Díaz**, Presidenta del **Círculo de Gestores Deportivos de Madrid**, **Teresa Goya**, Fundadora Assa Sport, **Alicia Martín**, Presidenta COPLEF y Matzalen Laskibar Fernández.

El acto se cerró con un vino español que permitió a todos los asistentes continuar con el interesante debate que se originó tras la mesa redonda. ◀



Asistentes a la jornada sobre la mujer en el ámbito del deporte.

grupo **ingesport**



LifeFitness



SANTAGADEA



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

LA IMPORTANCIA DE LAS **REDES** **SOCIALES** EN EL SECTOR DEL FITNESS



Rafael Ortega Cuello
Graduado en Ciencias de
la Actividad Física y el Deporte
Especialista en Gestión y Dirección
de Entidades Deportivas

A lo largo de la primera década del siglo XXI una de las principales inquietudes de la sociedad es estar conectados a una de las redes de Internet. En esta época, las personas utilizan las redes sociales para estar informados y estar al día de los sucesos que transcurren en su vida.

Las **redes sociales** son lugares de información donde las personas comparten notificaciones de carácter personal y laboral, ya sea con personas de su propio círculo o de un ámbito externo. Según esto último, las empresas del fitness y el sector deportivo, deben establecer una serie de cuestiones, en base a que propósito deben de seguir, así como determinar el beneficio que las personas tanto internas como externas a nuestra empresa quieran conseguir. En este sentido las empresas del sector del fitness, deben mandar mensajes que fortalecen la actividad física a través de la promoción y visualización, tanto de sus propios servicios deportivos (clases colectivas, clubes deportivos, eventos deportivos), como de sus instalaciones. Por ello es importante identificar a nuestro cliente potencial y cómo se le va a atraer.

Uno de los elementos de éxito de las redes sociales es su participación. Lo más importante para crear una red social que tenga una gran importancia dentro de la marca de una empresa deportiva, es que los usuarios que forman parte de nuestra red, desarrollen una participación constante dentro de la red, que le imprima a la marca una gran relevancia. Cuanta más participación tengan nuestros usuarios mayor visualización de nuestra marca podrán tener futuros clientes potenciales.

Además de crear esta participación entre los usuarios de nuestra red social, tenemos que darle importancia a nuestra presencia dentro de ella, ya que nuestro objetivo no es sólo intentar llevar nuestros servicios a la mayor cantidad de gente posible (público externo), sino además establecer un sentimiento de pertenencia y de fidelización hacia las personas de nuestro centro deportivo (público interno).

En el entorno de las redes sociales las empresas pueden medir la fidelización de sus clientes a través de sistemas de medición cuantitativos, como pueden ser conocer la interacción de los usuarios en los contenidos que cuelga la empresa, así como de modo cualitativo, midiendo el sentimiento de compromiso de los usuarios asiduos a la red.

La segmentación es otra de las estra-

“Community Manager: elemento de gran importancia dentro de cada centro deportivo con la función de defender las relaciones de la marca o empresa con sus socios en el apartado digital, además de llevar a cabo funciones comerciales sin tener un perfil vendedor”

tegias que podemos llevar a cabo, ya que podemos dividir los grupos dentro de una misma red social en diferentes apartados, como por ejemplo crear un grupo específico para una clase colectiva específica. Esto es lo que se conocería como microsegmentación y es una buena herramienta que los centros deportivos tienen de dirigirse a un público determinado.

Todas las estrategias que hemos mencionado con anterioridad tienen como punto de ejecución la figura del **Community Manager**. Esta persona es un elemento de gran importancia dentro de cada centro deportivo o empresa deportiva. La función de dicha persona, es la de defender las relaciones de la marca o empresa con sus socios en el apartado digital. Además del trabajo de defensa de la empresa, el Community Manager debe llevar a cabo funciones comerciales, pero sin tener un perfil vendedor. En este sentido este tipo de figuras que empiezan a emerger cada vez con más fuerza dentro de nuestro sector, son importantes sobre todo a la hora de saber como promocionar nuestro centro, especialmente nuestros servicios.

Por lo tanto, la persona encargada de llevar a cabo esta labor, debe de tener en cuenta una serie de puntos estratégicos como los siguientes:

- En primer lugar tiene que saber el tipo de sector al que se dirige en las re-

des sociales, así como el perfil del público que hay en su centro deportivo.

- Debe de conocer cuáles son los objetivos marcados por la empresa.
- Desarrollar una estrategia de comunicación, basado en el contenido de sus objetivos. Estos objetivos deben de ser cuantitativos, cualitativos, medibles y alcanzables.
- Establecer que tipo de tecnología se va a utilizar para llevar a cabo cada una de las redes sociales.
- Esta persona debe de generar una base potencial de clientes. Cuanto más cantidad de contactos generemos, mayor interés irá generando nuestra red social.
- Conseguir fidelizar a sus propios usuarios. Sabemos que en nuestro sector, es más difícil conseguir un nuevo cliente que fidelizar al que ya tenemos. Por ello la interacción de la información que se facilite a los usuarios, deberá generar un sentimiento de pertenencia a la marca.

En este sentido la figura del **Community Manager**, debe de ser fundamentalmente la de un gestor de la personalidad, que nosotros como empresa deportiva queremos transmitir a nuestros usuarios o socios, ya que ante cualquier pequeño problema, éste deberá conocer todas las características de los servicios deportivos y otros aspectos de nuestro centro, con el objetivo de producir futuras ventas y desarrollar un sentimiento de fidelización. ◀

LA PROMOCIÓN INSTITUCIONAL del DEPORTE *amateur*

Y LA GESTIÓN RELACIONAL COMO ORGANIZACIÓN DE
LOS SERVICIOS PÚBLICOS DEPORTIVOS CON LOS CIUDADANOS



Jose Luis Jaraiz
Jefe de Sección de Promoción Deportiva
del Ayto. de San Sebastián de los Reyes

1. EL DEPORTE AMATEUR O “DEPORTE PARA TODOS” COMO SERVICIO PÚBLICO DE VALOR ESENCIAL PARA LA EDUCACIÓN, LA SALUD, EL BIENESTAR Y LA CALIDAD DE VIDA DE LOS CIUDADANOS

Es una realidad, que a pesar de las delicadas circunstancias actuales del entorno económico, social, político y técnico, tanto los poderes públicos como las entidades privadas trabajan conjuntamente con el objetivo de promover la actividad física. Y aun con recortes presupuestarios, se continúa destinando dinero público hacia proyectos que animan a la gente a moverse más. Intentando asegurar políticas de integración e igualdad que se traducen como un incremento de la actividad física en la vida cotidiana ciudadana. Y manteniendo una cooperación cercana y continua entre los actores públicos y privados para promover de manera añadida una actividad física que ofrezca al ciudadano la posibilidad de elegir un estilo de vida saludable.

Para la promoción de la actividad física los países utilizan, en general, unas mismas recomendaciones basadas en las de la OMS. Desde consejos prácticos para la promoción; como

por ejemplo: utilice las escaleras, participe en actividades al aire libre con su familia, baile..., a documentos que se enfocan más hacia cómo deberían los responsables de las políticas implementar y difundir el mensaje de la actividad física.

Pero centrémonos en el Deporte como concepto global de actividad física de importantísimo valor para la sociedad y el ciudadano, establecido así en el preámbulo de la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte: “El deporte se constituye como un elemento fundamental del sistema educativo y su práctica es importante en el mantenimiento de la salud y, por tanto, es un factor corrector de desequilibrios sociales que contribuye al desarrollo de la igualdad entre los ciudadanos, crea hábitos favorecedores de la inserción social y, asimismo, su práctica en equipo fomenta la solidaridad. Todo esto conforma el deporte como elemento determinante de la calidad de vida y la utilización activa y participativa del tiempo de ocio en la sociedad contemporánea”.


También interesa reparar en la interpretación del fenómeno deportivo que realiza asimismo la Ley del Deporte en su exposición de motivos, que como “actividad libre y voluntaria,

“ para la
promoción de
la actividad física
los países utilizan
recomendaciones
basadas en las
de la OMS ”

presenta estos aspectos claramente diferenciados:

- La práctica deportiva del ciudadano como actividad espontánea, desinteresada y lúdica o con fines educativos y sanitarios
- La actividad deportiva organizada a través de estructuras asociativas
- El espectáculo deportivo, fenómeno de masas, cada vez más profesionalizado y mercantilizado”

Conforme a lo cual, podemos realizar esta simple clasificación del Deporte,



“ el Deporte Amateur como servicio público de valor esencial para la educación, la salud, el bienestar y la calidad de vida, compete directamente a la Administración Local”

que en su transversalidad tiene una relevante importancia para la Educación y la Salud así como para la vida de una ciudad o población y para la sociedad en general:

- “Deporte de Base” o “Deporte para Todos” = Ludismo, Educación y Salud
- “Deporte de Alto Rendimiento”
- “Deporte Espectáculo”

En relación con esta clasificación que hacemos de actuaciones en materia de Promoción del Deporte, podemos así mismo hacer una tipificación del rol con el que el ciudadano interactúa con la Administración o con las políticas públicas que aplica:

. hablamos de **ciudadano-cliente** en aquellos servicios deportivos “de consumo” por los que el ciudadano satisface para su formación, disfrute y bienestar una cuota a la empresa concesionaria de la gestión del servicio. Esta es la tendencia en los últimos años, para hacer viable la sostenibilidad de los servicios. Prevalciendo en muchos casos criterios de rendimiento económico por encima de los beneficios sociales. Siendo ello bien asumido por los ciudadanos, porque se les ofrece un servicio de calidad a precio más bajo que en el sector privado - aunque también hay que decir que la

crisis económica ha propiciado que estas diferencias se hayan reducido sensiblemente -.

El mismo rol de ciudadano-cliente hay que aplicar al consumidor de espectáculos deportivos promovidos por el sector público o en colaboración público-privada. Igualmente está bien aceptado por el ciudadano si el espectáculo le merece la pena. Y en este sentido, aunque también con escasez, existen variedad de sectores y expectativas a satisfacer. La tendencia es también la restricción de espectáculos deportivos promovidos por el sector público, que se calificaban como de promoción o fomento del deporte y de proyección de la ciudad.

Los **Servicios Deportivos “de Base”** bajo diferentes clasificaciones, responderían al perfil de ciudadano-usuario-beneficiario por las ayudas de que disponen - tanto económicas como en instalaciones - debiendo abonar unos precios públicos establecidos por la Administración o unas cuotas subvencionadas a las entidades deportivas colaboradoras.

Con esta visión general del Deporte, es objeto de este artículo centrarnos en el Deporte Amateur o “Deporte para Todos” como servicio público de

valor esencial para la educación, la salud, el bienestar y la calidad de vida, que compete más directamente a la Administración Local por su proximidad al ciudadano. Y consecuentemente en la implicación que los ciudadanos -y sus organizaciones asociativas y empresariales- tienen en la planificación y la producción de los servicios públicos deportivos, “haciendo ciudad” y construyendo entre todos una mejor sociedad.

Compartiendo las tesis de Tony Puig sobre el “marketing ciudadano”, nos referimos pues a la Administración Relacional en el Deporte.

La gestión relacional se ha transformado en uno de los instrumentos claves para la Administración de servicios como respuestas a las necesidades de la ciudadanía: escucha, atiende, adapta, flexibiliza, suma, participa, corresponsabiliza y cogestiona.

Para la organización y promoción de los servicios deportivos, con una visión pragmática y desde una concepción global de la organización de gobierno de lo público con los ciudadanos, la Administración incorpora a los ciudadanos - sea cual fuere su rol - y a sus organizaciones a la gestión de lo público desde lo que ocurre y lo que >>

desea la gente que ocurra.

En muchos casos utilizamos, o deberíamos emplear, un “marketing interrelacional para la innovación y para la mutua confianza entre gobierno, organizaciones y ciudadanos” (Toni Puig). Constituyendo un trabajo en red entre los diferentes equipos de la propia organización y los de las entidades colaboradoras: como un gran equipo de equipos.

Una Organización pública con una cultura organizativa compartida en la que todos los actores son igualmente importantes. Y constituida al amparo de un marco normativo-legal, que regula muy genéricamente las competencias de la Administración en sus diferentes niveles. Y de unos instrumentos jurídicos y unos modelos de gestión, que posibilitan que sean aplicadas las políticas de Promoción Deportiva que la Administración estime más adecuadas y convenientes para dar respuestas a las necesidades de los ciudadanos. Políticas que genéricamente podemos encontrar y ofrecer como guía, en las directrices y acciones básicas para la Promoción de la Actividad Física, o Deporte para Todos, recomendadas por la UE.

2. LA ADMINISTRACIÓN RELACIONAL EN EL DEPORTE: UN CAMBIO DE MODELO DE LA ADMINISTRACIÓN COMPARTIDA CON LAS ASOCIACIONES COOPERANTES Y CON LAS EMPRESAS ÉTICAS Y CON RESPONSABILIDAD SOCIAL

La lógica del paso de los tiempos y los grandes acontecimientos de los últimos años obligan a que el Deporte, como Valor del Estado-Administración del Bienestar, se adapte y lleve a cabo reformas (¿reinención?, ¿transformación?). Que no pasan, obviamente, por su extinción por la falta de créditos presupuestarios. Pasan por contemplar la Promoción Deportiva que queremos, y el Deporte que queremos, implicando a los ciudadanos –y a sus organizaciones asociativas y empresariales– en la planificación y producción de los servicios públicos deportivos: nos estamos refiriendo de nuevo a la Administración Relacional en el Deporte. Es la administración de la participación y la cooperación que trabaja siempre en red con otras or-

ganizaciones y con los ciudadanos, desde las propuestas del programa del equipo de gobierno elegido por los propios ciudadanos y que ejerce el liderazgo del Sistema Integrado de la Gestión Relacional del Deporte.

Los ciudadanos necesitan de sus administraciones respuestas para ofrecer servicios públicos que, en lo posible, acrecienten su calidad de vida. Por consiguiente tenemos en cuenta la opinión de los ciudadanos y de sus organizaciones, valoramos su opinión y sus perspectivas en “lo público” y aprendemos de otras administraciones o entidades tomando ejemplo de buenas prácticas.

Existe por tanto la alternativa de un Estado-Administración de Gestión Relacional del Deporte, como un conjunto de Sistemas Deportivos Locales Integrados y liderados por la Administración Local por su proximidad y contacto directo con el ciudadano, gestionado desde las aportaciones de ideas, conocimientos, experiencias, recursos y servicios de todas las administraciones, las asociaciones, las entidades deportivas y las empresas éticas y con responsabilidad social.

Los Ayuntamientos, las asociaciones, las fundaciones, los clubes deportivos y todos los también denominados “grupos de interés”, trabajan para incorporar más ciudadanos a la práctica activa de la actividad físico-deportiva; y para, a través de la misma, mejorar su calidad de vida. Muchas entidades privadas con fines de interés público, quieren cooperar con la Administración para incrementar y sostener los servicios que posibiliten una óptima calidad de vida de la ciudadanía. No solo desean subvenciones: quieren convenir-cogestionar servicios desde la mutua confianza, y con autonomía, pero con una visión compartida del presente y el futuro de la ciudad.

Quieren participar, directamente, en la Gestión Relacional del Deporte de la ciudad en que habitan o desarrollan su actividad, sea cual sea su naturaleza. Los ciudadanos pagan sus impuestos. Y además satisfacen los precios públicos fijados por el uso de los servicios deportivos. Por consiguiente los ciudadanos quieren calidad. Es más, cada día distinguen menos entre ser-

“ los ciudadanos quieren hoy de sus administraciones servicios públicos como respuestas y propuestas a las crecientes necesidades a las que se enfrentan para mantener y acrecentar su calidad de vida”

vicios municipales, privados-empresariales, administrativos o público-empresariales y asociativos. Pagan y exigen. Quieren servicios impecables. Lo cual nos obliga a fortalecer la colaboración público-privada y a trabajar estrechamente para implicar a todas las empresas y entidades éticas y de responsabilidad social, en la planificación y la producción de servicios públicos deportivos y sumarlas, así, a la gestión relacional de la ciudad.

Debiendo diferenciar claramente lo que es privatización de los servicios y lo que es su "externalización-ciudadanización" o los servicios cogestionados con los ciudadanos y sus organizaciones deportivas, asociativas y empresariales.

3. LA MARCA DE VALOR Y LA PLANIFICACIÓN PÚBLICA DE LOS SERVICIOS DEPORTIVOS

El **valor de marca**, como pieza clave de la Administración, surge del programa de gobierno presentado en las elecciones, cruzado con la visión, la misión y los valores propios de la organización.

El valor de marca es aquello que la Administración presenta a los ciudadanos y a través de lo cual los ciudadanos confían en lo público y en sus servicios porque creen que es especialmente útil para sus vidas, para la sociedad a que pertenecen o la ciudad en la que viven. Un valor que, en cuatro años y desde los servicios, logrará una ciudad mejor. Y que la administración del deporte ha de asumir como propio para la promoción deportiva si verdaderamente responde a las necesidades actuales de los ciudadanos en este ámbito.

Definida y fijada la misión, y el valor de marca que la concretiza y le da dimensión de apuesta clave, es el momento de la planificación para transformar el valor en objetivos y respuestas de actividades cualificadas y concretas entre los ciudadanos.

Planificar significa decidir qué prestaciones se facilitarán desde los diferentes equipos colaboradores de servicios. Y cuáles no se facilitarán.

Significa decidir y priorizar que los

servicios que se prestarán serán, siempre, de calidad y de interés público.

Como es sabido, planificar supone también fijar objetivos cuantitativos y cualitativos realizables. Ya que por su pluralidad y complejidad, no todas las necesidades ciudadanas en materia deportiva son cuantitativa y cualitativamente iguales. Desde la Administración, que se pueda llegar a satisfacer la mayoría de necesidades de los ciudadanos es prácticamente imposible. ¿Cuáles, pues, se abordarán?

Las de Promoción Deportiva que faciliten transformar el valor de marca en salud y calidad de vida de la ciudad, totalizadas en un círculo virtuoso o cadena de valor en el que tendrá una enorme influencia la gestión relacional o inter-organizativa. Tomando gran relevancia el papel que la Administración Deportiva asume en la educación de valores deportivos y en el fomento de la práctica deportiva a edades tempranas, para, en cooperación con otras entidades empresariales y asociativas, posibilitar la continuidad en la práctica y el consumo de servicios deportivos durante la edad adulta y para un envejecimiento saludable de los mayores.

Ésta será una acción fundamental del equipo de gobierno y la dirección de los servicios deportivos municipales – como Organización líder, que convoca y convence desde el valor -, en complicidad con los directivos de las empresas y otras entidades y organizaciones ciudadanas colaboradoras. Una decisión siempre consensuada. Pactada por tanto.

4. EL CATÁLOGO DE SERVICIOS PÚBLICOS DEPORTIVOS

La **Administración** no es lo que afirma que hará: es lo que hace. Su razón de ser son sus servicios. La Administración es, en definitiva, su catálogo de servicios.

El catálogo de servicios públicos es la misión-valor de marca presente en las necesidades priorizadas y con respuestas: cada necesidad se aborda con una respuesta de servicio público. Y muchos de estos servicios, además, se facilitan con otras organizaciones: es el catálogo ofertado por la Admi-

“ planificar supone también fijar objetivos cuantitativos y cualitativos realizables ”

nistración desde la red de equipos colaboradores para trabajar conjuntamente y en transversalidad con un común denominador: la misión-visión de marca. Y en la búsqueda de unos resultados orientados a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos. Es la carta de presentación y la hoja de ruta de la Administración Relacional; es la administración de servicios desde los ciudadanos y con los ciudadanos, tanto a título personal como a través de sus diferentes foros de participación y representación.

En la Gestión Relacional de un Ayuntamiento, estos son los equipos inter-organizativos liderados y coordinados por los directivos de los servicios deportivos municipales, que conforman un Sistema Deportivo Local Integrado. Participando profesionales de otras administraciones y secciones o servicios municipales, y formando parte de ellos técnicos y directivos de los clubes deportivos, de las asociaciones y de las empresas especializadas que, compatibles entre sí, gestionan o prestan diferentes servicios a la ciudadanía.

Después de muchos años de cierta competencia y control administrativo, resulta necesario que se formalice o instituya una relación más pragmática, en la que el Ayuntamiento no monopolice la oferta deportiva y si ejerza un papel de liderazgo y coordinación territorial para que, en beneficio de la ciudadanía, se integren todas las posibilidades de práctica. Reservándose de manera especial, eso sí, la ejecución o incentivación de programas de interés social no contemplados o insuficientemente atendidos por el sector privado. ◀

LA INTELIGENCIA COLECTIVA Y EL LIDERAZGO AL SERVICIO DE LA PROMOCIÓN DEPORTIVA



Benito Pérez González
benitoperezgonzalez@gmail.com

Las inteligencias más descolantes suelen llamar poderosamente la atención. Su brillo intelectual es capaz de conseguir importantes cotas de creatividad. Gozan de prestigio y del favor de su entorno, pero por sí mismas no son garantía de progreso. La clave de los grandes logros humanos no reside en la inteligencia de individuos concretos, sino en la capacidad para la creación de redes. Reunir numerosos cerebros para que trabajen, por medio de la división del trabajo, incrementa la capacidad de carga y la sinergia. Este tipo de trabajo se denomina inteligencia colectiva (Ridley, 2012).

La base del éxito de la inteligencia colectiva es que el talento –mayor o menor– de cada uno fluya de abajo arriba. Si fuese de arriba abajo estaríamos ante una estructura centralizada que jamás podría ponerse a la altura de los logros del cerebro común. Adam Smith, padre de la economía política lo alcanzó a comprender hace ya tres siglos en su famoso ensayo: La riqueza de las naciones (1776).

Eso no quiere decir que los líderes no sean necesarios. De hecho son fundamentales. Los mejores líderes son aquellos que son capaces de reunir inteligencia y creatividad al servicio de un proyecto o de una causa. Son aglutinadores. Como dijo Malcom Gladwell, en uno de los mejo-

“La base del éxito de la inteligencia colectiva es que el talento –mayor o menor– de cada uno fluya de abajo arriba”

res y más premonitorios ensayos de finales del siglo XX: La frontera del éxito (2000) –antes de la eclosión de la sociedad digital– el éxito tiene mucho que ver con la existencia de los llamados conectores, personas con alta capacidad para la síntesis, la búsqueda y la unión dentro de los grupos.

Además los entornos conectados y las redes de inteligencia colectiva son el mejor lugar para que esas inteligencias descolantes y prominentes, de las que hablábamos más arriba, den lo mejor de sí; o para que incluso puedan ser descubiertas. La existencia de una red, de un “magma” propicio, es la garantía para que las mentes más sobresalientes tengan la oportunidad de demostrar su genialidad y su verdadera medida.

Colegios Comprometidos con el Deporte y la Salud es un proyecto de inteligencia colectiva en el que profesionales de la gestión deportiva ponen en común sus mejores prácticas para la promoción de la educación a través del deporte. Quiero dar la enhorabuena desde estas líneas a las Instituciones participantes por ofrecer lo mejor de sí mismas para uno de los cometidos más honestos y necesarios en nuestros días: la educación a través del deporte. ◀

Referencias:

- Brockman, John (Ed.). (2012).** Este libro le hará más inteligente. Nuevos conceptos científicos para mejorar el pensamiento. Barcelona: Paidós.
Gladwell, Malcolm. (2000). La frontera del éxito (Inés Belaustegui Triás, Trans. 2001 española ed.). Madrid: Espasa Calpe.
Ridley en Brockman, John (Ed.). (2012). Este libro le hará más inteligente. Nuevos conceptos científicos para mejorar el pensamiento. P. 344-5. Barcelona: Paidós.
Smith, Adam. (1776). La riqueza de las naciones (2004, Traducción y prólogo de Carlos Rodríguez Braun ed.). Madrid: Alianza Editorial.

PODEROSO CABALLERO...

El fichaje del francés Paul Pogbá por el Manchester United de Mourinho se ha convertido en el más caro de la historia del fútbol.

Es Don Dinero... Y eso que no ha habido muchas locuras, pero sí una que se ha convertido en la gran locura. El fichaje más caro de la historia del fútbol, el de **Paul Pogbá** por el Manchester United de Mourinho. Pero hay más, claro y nada "español". El 11 más caro del verano formado por los jugadores que más dinero han generado en sus traspasos en las distintas posiciones tendría un valor total de 598 millones de euros. En la alineación, que está protagonizada por jugadores de la Premier League (ocho jugadores), no hay ningún fichaje de la liga española. Además de los fichajes británicos, hay dos jugadores de la Serie A y uno de la Superliga China. Evidentemente, mención aparte merece el traspaso de **Pogba**, que ha sido el gran protagonista del culebrón del verano. Era la apuesta de Florentino Pérez para el Madrid pero su precio era estratosférico y su predisposición escasa.



Finalmente, Mourinho logró que el centrocampista francés regresara al Manchester United, club que dejó en 2012 para irse a la Juventus. ◀

TARAFLEX
SPORTS

DONDE JUEGAN LOS CAMPEONES

GERFLOR IBERIA CALLE PLAYA DE LAS AMÉRICAS 2, 28290 LAS ROZAS-MADRID Tf.: 91 653 50 11 www.gerflor.es



PUBLIREPORTAJE

Inacua: Un referente en la gestión de centros deportivos en plena expansión.

Inacua es la marca que utiliza Ferrovial Servicios para la gestión integral de centros deportivos municipales. Nace de la iniciativa de los Ayuntamientos de optimizar las instalaciones deportivas para sus ciudadanos y de la experiencia en la gestión de Ferrovial Servicios.

Inacua abrió su primer centro en Murcia en el año 2004; a los que siguieron Málaga en 2008; Los Cantos (Alcorcón), La Canaleja (Alcorcón) y La Granja (Zaragoza) en 2011; Huétor Vega, Haró, Sant Quirze del Vallés y Málaga Centro Raqueta en 2015.

En la actualidad, la empresa se encuentra en un proceso de expansión de nuevas oportunidades de negocio.

Los centros Inacua están especializados en la práctica deportiva, la salud, el ocio y la belleza. Ayudan a mejorar el bienestar de los ciudadanos, mediante programas adaptados a los diferentes rangos de edad, objetivos personales o forma física.

Su objetivo es que los usuarios encuentren la armonía óptima entre salud, cuerpo y mente. Para ello cuentan con unas instalaciones y equipos de referencia, una amplia gama de servicios y modalidades deportivas, y un equipo de profesionales altamente cualificado, que proporcionan todo el apoyo necesario para mejorar su calidad de vida.

“En la actualidad, la empresa se encuentra en un proceso de expansión de nuevas oportunidades de negocio.”

¿POR QUÉ INACUA?

Los centros Inacua son un referente en servicios e instalaciones deportivas, tanto por las prestaciones que ofrecen a sus usuarios como por la eficiencia de su gestión.

La innovación, el compromiso con las personas, la mejora continua, el bienestar social y la sostenibilidad medioambiental son sus valores.

- **Innovación** en su equipamiento deportivo, instalaciones y formación de sus profesionales.
- **Compromiso con las personas**, ya sean usuarios del centro deportivo o empleados. En Inacua trabajan para conseguir que sus clientes mejoren su calidad de vida y sus empleados se desarrollen de manera personal y profesional. El objetivo es que sus centros sean utilizados por personas de cualquier edad, por ello disponen de actividades adecuadas para todos los colectivos y para realizar en familia.

- **Mejora continua** de todos sus servicios y procesos para alcanzar la excelencia a través de la adaptación constante a las necesidades de sus usuarios, el uso de nuevas tecnologías y el desarrollo de herramientas propias de gestión.

- **Bienestar social** para los ciudadanos. Desde los centros se fomenta la práctica deportiva para dar a conocer sus beneficios y promover la vida activa fuera de las instalaciones, para mejorar la calidad de vida de los usuarios y sus familias.

- **Sostenibilidad medioambiental** mediante la reducción del consumo energético y el fomento de la preservación del entorno.

Los Ayuntamientos pueden confiar sus servicios deportivos en una compañía con la experiencia en el sector como Ferrovial Servicios.

Más información en www.inacua.com

inacua

12 años de historia



inacua
Murcia



inacua
Málaga



inacua
Los Cantos



inacua
La Canaleja



inacua
La Granja



inacua
Huétor Vega



inacua
Haro



inacua
CEM Sant Quirze del Vallès



inacua
Centro Raqueta

www.inacua.com

ferrovial
servicios



¡ESTO NO SUCEDERÍA NUNCA EN NUESTRO ESTADIO...!



Fernando Andrés Pérez
Arquitecto

1. EL RESULTADO DE LA ENCUESTA TAYLOR

El Informe Final del Juez Taylor analizando los sucesos de la catástrofe de Hillsborough incluyó sus valoraciones a los resultados obtenidos con una encuesta que realizó preguntando su opinión sobre los hechos ocurridos a los responsables de los estadios de las tres primeras divisiones del fútbol británico. Resaltaba en ellos cómo encontró muy a menudo la misma respuesta tan irresponsable como auto-

complaciente: "Fue horrible, pero, por supuesto, eso no hubiera sucedido nunca en nuestro estadio". Su conclusión fue justo la contraria. Comentaba que: "...en muchos casos no se han producido catástrofes por simple suerte, por los grandes aciertos policiales o por un especial instinto de las masas que suele aparecer en situaciones de peligro latente, todo ello casi siempre al margen de las actuaciones oficiales...". Resumía luego su opinión diciendo: "No creo que se apliquen suficientes medidas de seguridad en todos los campos. La elección es que Hillsborough no se debería considerar como un acontecimiento aislado, imposible de que se repita en otro sitio. Todos aquellos responsables de certificar la seguridad, de utilizar o supervisar los terrenos deportivos, deberían vigilar con atención sus instalaciones y continuar revisán-

“ no se han producido catástrofes por simple suerte, por aciertos policiales o por un especial instinto de las masas que suele aparecer en situaciones de peligro latente, todo ello casi siempre al margen de las actuaciones oficiales...”

dolas periódicamente. La complacencia es el principal enemigo de la seguridad". Es decir entendía que la conducta de estos responsables debía ser por una parte preventiva, por otra activa en el desarrollo de los encuentros, y significar una actitud continua y permanente en todos los casos.

2. ¿ EN ESPAÑA ESTO NO OCURRIRÍA...!

La sensación de los dirigentes futbolísticos británicos es muy similar a la que suelen mantener los nuestros, que identifican estos problemas con "Casos que ocurren muy lejos... en otros países". Suelen comenzar su argumentación diciendo que: "En general nuestras hinchadas no generan casi nunca problemas cuando acuden a un encuentro en el extranjero y su comportamiento está muy alejado de los que a veces se registran en otras naciones...". Incluso, refiriéndose al buen ambiente que suele existir entre los espectadores de nuestras competiciones aseguran que "Estamos muy lejos de ciertos países en que no se puede acudir a los estadios con niños por resultar peligroso...". Es posible que tengan cierta razón, pero conviene tener una idea aproximada de la naturaleza y cantidad de incidentes que se producen anualmente en el fútbol español para poder corroborar las opiniones con cifras, y esto resulta una tarea casi imposible de lograr.

Centrándonos en las instalaciones normales y en las modestas, tendríamos que decir que tradicionalmente los incidentes que se producían solían ser exclusivamente peleas entre jugadores o hinchas dentro de la instalación y agresiones a los árbitros.

Posteriormente comenzaron a aparecer en estos incidentes los padres y madres de los niños que participaban en competiciones infantiles. Hoy en día cualquiera que navegue por internet puede encontrar cada mes un par de casos sorprendentes por su tipología entre los que se encuentran a veces agresiones de los cadetes y benjamines a sus árbitros...

En los años noventa, época en que todas las partes afectadas parecían mucho más preocupadas por encontrar soluciones, el Ministerio del Interior facilitó un informe que decía que podía calcularse que se producían incidentes en un 10% de los más de 320 encuentros celebrados en aquellas temporadas en la 1ª y 2ª División.

Ampliaba esta información indicando que se trataba generalmente de lan-

“ Estamos muy lejos de ciertos países en que no se puede acudir a los estadios con niños por resultar peligroso...”

zamientos de botes, botellas, almohadillas, monedas, frutas, objetos metálicos... Pero esta tipología ha cambiado desde entonces tras la prohibición de la venta de bebidas envasadas en estos recintos y la implantación de controles para evitar la introducción de objetos en ciertos encuentros. Por otra parte la actitud de la Policía está volviéndose cada vez más cerrada y opuesta a facilitar ningún dato sobre la producción de esta clase de incidentes, lo que da lugar a múltiples dudas sobre cuál es la verdadera situación actual.

Por una parte se dice que "se trata de evitar el efecto imitativo que podría generarse al conocerse estos resultados por parte de otros potenciales radicales". Por otra, intencionadamente se elude la cuestión diciendo que "Es un tema de orden público, y, en consecuencia, es una materia reservada..."

3. INCIDENTES OCURRIDOS EN ESPAÑA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

Ante esta falta de datos solo puede recopilarse los principales hechos reflejados en los medios de comunicación de entre los producidos en las últimas décadas en el interior de los campos españoles, que son los que afectan directamente a los clubes. Es evidente que esto supone ya tener una visión incompleta del problema al quedarnos solo con lo más descolante sin poder valorar la cantidad total de lo ocurrido en los campos más modestos. Agrupándolos por sus tipologías podríamos citar los siguientes:

a) Comportamientos incontrolados de grupos de aficionados que abandonando sus localidades de asiento saltan colectivamente de fila en fila y forman voluntariamente avalanchas para presionar a las vallas y parapetos de los estadios. Hechos de esta clase se

>>



“ los responsables de los campos indican su incapacidad de mantener el control del público por tratarse de celebraciones festivas, o consienten que se produzcan como desahogo tras pasar el club local los correspondientes apuros”

han producido en los campos del Le-vante (2001), Betis (2001), Villarreal (2004 y 2011), Osasuna (2014), Valle-as y Manzanares en varias ocasiones, por no poner más que algunos ejemplos.

b) Falta de respeto de algunos aficionados al personal de la organización. Se incluiría por ejemplo la agresión a un vigilante por parte de cinco jóvenes que se negaron a devolver un balón en el campo del Sevilla (2002).

c) Lanzamiento de objetos al terreno de juego. Por ejemplo el mechero que golpeó a Cristiano Ronaldo en el Vicente Calderón (2014), el plátano lanzado a Alves en el del Villarreal (2014) con tintes racistas, o los lanzamientos de bengalas y otros objetos en los campos del Betis (2002), Atlético de Madrid (2014) y Villarreal (2014) por no citar más que los principales en esta clase.

d) Arrancamiento y lanzamiento de asientos utilizados como proyectiles contra la hinchada rival. Se produjeron incidentes de esta clase en el estadio del Betis (2000 y 2002), siendo el último el más grave al quemarse unos 1000 asientos, hacerse destrozos en tornos y aseos e invadirse el terreno de juego.

e) Invasiones del terreno de juego violentas o “pacíficas”. Entre las primeras recordaremos las de Tarragona (2002) y Jerez (2002) con agresiones o pedradas al árbitro y bottellazos a un juez de línea y a un jugador. Entre las segundas las de Gijón (2016) o Granada (2016), tras evitar los descensos de categorías, u otras muchas celebrando ascensos. Los responsables de los campos indican su incapacidad de mantener el control del público en estos últimos casos por tratarse de celebraciones festivas, o consienten que se produzcan como desahogo tras pasar el club local los correspondientes apuros.

f) Una nutrida lista de comportamientos antisociales: exhibición de pancartas insultantes, gritos o canciones ofensivas, pitadas a himnos o personalidades, o la actuación de la Delegada de Gobierno en la Comunidad de Madrid con su decisión de prohibir “las esteladas”. Es cierto que los organismos futbolísticos internacionales están multando a los clubes en cuyos estadios aparecen banderas y símbolos de claro contenido político, por lo que la RFE de Fútbol, organizadora del encuentro, debía de haber actuado en el interior del recinto de un modo más activo para evitar el problema. También lo es que las actuaciones de las autoridades en estos casos deben ser tan decididas como discretas, para no echar leña al fuego... Por ello una decisión política debería haberse regido por criterios mucho más profesionales. Nos cabe entonces la duda de cuál era la razón para actuar así en un momento tan delicado.

g) Por último tres casos de gran importancia para la seguridad colectiva como fueron: el desalojo del Estadio Bernabéu (2004) tras amenaza de bomba por parte de ETA; el lanzamiento de un bote lacrimógeno desde un vomitorio al terreno de juego sin que pudiera detenerse al culpable lo que obligó al desalojo del recinto en Villarreal (2014); y el confuso caso de Las Palmas (2014) en que unos doscientos hinchas invadieron el campo, y otros trescientos penetraron en tropel al terreno de juego durante el desarrollo del encuentro y sin que el personal de seguridad controlara la situación.

¿Después de todo este listado puede seguirse pensando que nuestra situación es la adecuada y no requiere otra clase de medidas?

4. TRAS LOS HECHOS DEL MANZANARES

Pero si algún suceso ha encendido todas las alarmas so-

bre cómo se está desarrollando actualmente la política de seguridad, este ha sido el registrado en las proximidades del Estadio Calderón. En las semanas siguientes se han observado las siguientes medidas:

a) Muchos de los miembros de las fuerzas de seguridad que actuaban hasta entonces como coordinadores de estos temas nombrados por el Ministerio del Interior en los recintos de nuestros principales equipos profesionales, han sido cesados de sus funciones y sustituidos por otros.

b) Muchos clubes que debían tener en sus plantillas a un responsable dentro de su propia organización para ocuparse de la seguridad física de los recintos y de su correcto funcionamiento durante el desarrollo de los encuentros, parece que no tenían a nadie designado o suficientemente formado para ocuparse de estas labores. En unos casos parece que se trató de ahorrar costes, y en otros no asumieron la competencia de un modo efectivo. Muchos subcontrataron estas labores a una empresa privada especializada del sector y dieron el nombre de su técnico responsable como si formara parte de su propia plantilla. Es decir en vez de tener a alguien que

inspeccionara los trabajos de la empresa subcontratada, había renunciado a este control manteniendo una actitud claramente pasiva, como si el tema no fuera una de sus competencias o quisieran no involucrarse demasiado en él.

c) La Real Federación Española de Fútbol no ha dado señal desde entonces de que fuera a abordar nuevas estrategias más efectivas.

d) Se creó un nuevo cargo de responsable de seguridad de la Liga de Fútbol Profesional, pues hasta ese momento no había nadie con esta categoría en la entidad y con dichas funciones específicas. La falta de informaciones sobre las nuevas estrategias de este organismo en el caso de que existan, es total. Pese a que pueda haber cuestiones que deban ser reservadas por su naturaleza, es evidente que los espectadores que acuden a los encuentros son en general suficientemente maduros para que se los considere mejor, deben tener garantías de que se están tomando las medidas adecuadas y conocer los criterios por los que ellos también puedan colaborar en estas situaciones.

e) Los sistemas de control de accesos

“ Es un tema de orden público, y, en consecuencia, es una materia reservada”

por lectura de huella dactilar que se comenzaron a implantar en el sector de los hinchas más conflictivos del Atlético de Madrid en las fechas posteriores al suceso, han dejado de utilizarse. Su uso suponía que los espectadores tuvieran que acudir una hora antes al recinto por obligar a un acceso sumamente lento del público, y a un refuerzo importante de personal para ejecutarlos. Además de todo ello los resultados no demostraron que la solución fuera suficientemente operativa.

Tras todos estos hechos... ¿Hay algún motivo para el optimismo?... o ante tanta complacencia y evasión de responsabilidades solo nos queda confiar en “...el especial instinto de las masas que suele aparecer en situaciones de peligro latente...” como decía Taylor. ◀





Solución para la gestión de instalaciones deportivas y control de accesos



EXPENDEDORAS TÁCTILES



CONTROL DE ACCESOS



FABRICACIÓN DE CARNETS

i2A Proyectos Informáticos S.A. C/ Fuerteventura, 4 Oficina 0.3 28703 S.S. de los Reyes. Madrid
Teléfono: (+34) 91 8046138. Fax: (+34) 91 8033016. E-mail: info@i2a.es . Web: www.i2a.es

**GESTAS Y DUDAS
OLÍMPICAS TRAS LOS**

Juegos de Río 2016

Fotografía: REUTERS



Los Juegos de Río ya son historia. Y lo son con un elevado grado de satisfacción por parte de una familia olímpica que temía problemas organizativos de gran calado. Finalmente la ciudad aguantó el tipo y albergó en su seno gestas de todo tipo. Las mayores se quedaron impresas en los nombres de tres atletas para el recuerdo: Bolt, Phelps y Biles. También quedará en el recuerdo la actuación española, la mejor desde Atlanta 96. En el lado negativo, las dudas por saber si España será capaz de mantener el tipo en próximas citas o las de cómo será capaz la ciudad de asimilar y metabolizar semejante megaevento deportivo para el bien de sus ciudadanos.

Los Juegos de tres dioses olímpicos

Hablar de los **Juegos Olímpicos de Río** es hablar de tres nombres propios, seres humanos con habilidades de semidioses que han acaparado titulares, piropos y gestas en estos 17 días de deportes reunidos. Dos nombres ya eran, antes de esta cita, historia viva del olimpismo. Hablamos del nadador estadounidense **Michael Phelps** y el velocista jamaicano **Usain Bolt**. El tercer invitado tiene nombre de mujer. Es Simone Biles, un portento de la naturaleza que, a sus 19 años ya es comparada con la mítica Nadia Comaneci. Palabras mayores.

En Río Biles arrasó gracias a unas virtudes alejadas de los cánones de la gimnasia tradicional. Dice el imaginario colectivo de este deporte que sus participantes deben de ser niñas estilizadas, finas y casi infantiles que, rozando la delgadez enfermiza, ejecutan piruetas de fantasía preparadas a golpe de sacrificio inhumano. Las gimnastas asiáticas representa, hoy en día, mejor que ningunas esta visión. Pero Biles es de todo menos lo descrito anteriormente. De compleción poderosa y fuerte, su cuerpo y movimientos se alejan de esa ligereza antes descrita. No. Simone es potente, enérgica y transmite en cada giro, en cada pirueta, la fuerza que dibuja un cuerpo musculoso a la par que curvilíneo más próximo al de una

mujer que al de una niña.

Unas virtudes que le han permitido añadir a su repertorio de movimientos unos ejercicios sorprendentes, casi imposibles y de ejecución perfecta. Da igual el aparato o la disciplina en la que tengo que hacerlo, Biles deja siempre al público y crítica sin palabras, aunque sea suelo y barra su mejor hábitat, los espacios en los que más claro deja que aspira a ser la mejor de la historia. Por ahora, su camino no ha comenzado del todo mal. En su primera participación olímpica logró cuatro oros y un bronce, medalla esta última que demuestra que los dioses también fallan. En Tokio 2020 tendrá apenas 23 primaveras y promete con agrandar su leyenda.

Algo parecido les sucede a Phelps y Bolt. El primero llegó a Río contra pronóstico vital. Después de Londres 2012, el deportista con más medallas olímpicas de la Historia (sumaba 22 ya después de aquella cita) se dio a la bebida y convirtió su vida en un infierno fruto, precisamente, del vacío que le generaba la retirada de la élite, la transición de deidad a común mortal. Su hijo y el reto de volver por la puerta grande le permitieron prepararse al máximo nivel para darlo todo en Río.

Y allí, en los que serán sus últimos Juegos, el de Baltimore volvió a sorprender al mundo. Seis medallas (cin-

co de oro, una de plata) le convierten en el deportista con más metales olímpicos: 28. Dicho de otra manera, si Phelps fuera un país, ocuparía el 39º lugar del medallero olímpico en toda la Historia por delante de Jamaica, Argentina o México, por ejemplo. Brutal

Tampoco ha defraudado el hombre más rápido de la historia. **Usain Bolt** y sus tres medallas de oro le han permitido lograr lo que nunca nadie había alcanzado antes, esto es, la triple corona en tres Juegos consecutivos. A saber, las medallas de oro en 100 metros, 200 metros y 4x100. El jamaicano ya las había logrado en Pekín 2008 y Londres 2012. También las consiguió en Río, donde no sólo venció, sino que deleitó a las masas con su simpatía desbordante (es un showman en toda regla) y sus exhibiciones frecuentes.

No son pocas las fotos que dejará para el recuerdo atravesando la línea de meta con una sonrisa en la cara, sobrado de esfuerzo y viendo como sacaba varios cuerpos de ventaja a sus rivales. Bolt ya ha anunciado que estos serán sus últimos Juegos. En Pekín 2020, por tanto, le tocará a otros reinar en el lugar donde este madrildista confeso (su otro equipo es el Manchester United) reinará ya por siempre.

Buena actuación española con incógnitas

España concluyó su participación en los JJOO de Río con una sonrisa dorada en los labios. Nuestros deportistas igualaron las 17 preseas conseguidas in situ en Londres 2012. Una más, la 18ª, fue otorgada tiempo después a Lidia Valentín -oro- por la descalificación de las tres primeras clasificadas.

Este empate sonríe a Río toda vez que, en esta ocasión, el número de medallas de oro fue mucho mayor que en aquella cita: siete por las tres de entonces. Las otras cuatro de plata y seis de bronce han colocado a España en 14ª posición, mucho mejor que la 21ª de Londres, sólo un puesto más arriba que la 15ª de Pekín y bastante por delante de Atenas (20ª) y Sidney (25ª).

Es, en definitiva, la mejor clasificación olímpica para la delegación española desde los Juegos Olímpicos de Atlanta, cuando los nuestros fueron 13ª con cinco oros, seis platas y seis bronce. La gesta de Barcelona 92, queda aún lejos, muy lejos. Entonces España fue 6ª con 13 medallas de oro, siete de plata y dos de bronce.

Una vez valorada la gesta española en términos cuantitativos, hay que analizarlos en parámetros cualitativos. ¿Realmente hay que estar satisfechos con lo conseguido en Río? Por una parte la respuesta es sí, un rotundo sí

“España concluyó su participación en los JJOO de Río con una sonrisa dorada en los labios. Nuestros deportistas igualaron las 17 preseas conseguidas in situ en Londres 2012”

que se basa no sólo en la mejora de los anteriores resultados, sino en el mantenimiento de disciplinas que siguen dando metales más allá de los relevos generacionales que ya se han producido. Son los casos del taekwondo o el piragüismo, donde España sigue siendo una potencia mundial. A ello hay que unir la aparición de nuevas figuras que dan esperanza futura en disciplinas que estaban en peligro. Es el caso del atletismo y el hispano cubano **Orlando Ortega** (plata en 110 metros vallas) o **Bruno Hortelano**, el velocista que rozó la gesta de meterse en la final de los 200 metros y que promete dar muchas alegrías.

También han emergido medallas en disciplinas que parecían imposibles, como bádminton (histórico oro de **Carolina Marín**) o la natación (**Mireia Belmonte** sumó el primer oro para España en la piscina de competición más allá del logrado por **Martín Zubero** en el 92). Son, sin embargo, estos últimos éxitos los que abren también la puerta a las dudas. Apariciones como las de ambas deportistas son fruto de casos aislados, de éxitos por generación espontánea más que por la aplicación de planes decididos de inversión (público o privada) que garanticen el mantenimiento de la tendencia positiva.

Sucede algo parecido con otras disciplinas como gimnasia rítmica (fuimos plata), halterofilia (fuimos bronce) o ciclismo de montaña (fuimos bronce). En este saco también se puede meter la presea de oro lograda por **Ruth Beitia** quien, a sus 37 años, ha emergido en estos Juegos como una agradable sorpresa imprevista.

Si a ello se le añaden los éxitos de deportes (baloncesto o tenis) que viven no de la planificación olímpica, sino del brillo de sus estrellas profesionales (**Gasol**, **Nadal** y cía...), el resultado es un halo de duda sobre las opciones que tiene España de repetir semejante resultado en Tokio 2020 si no se consigue mejorar y mantener

las becas ADO o las federaciones no dan un paso al frente para profesionalizarse con independencia de las ayudas estatales.

Río tras los JJOO: un futuro incierto

¿Y después de los Juegos, qué? Es la gran duda que asalta a cualquier ciudad que haya albergado este megaevento deportivo y que, en el caso de Brasil, adquiere una dimensión mucho más grande, casi vertiginosa a tenor de los importantes problemas económicos que ha vivido esta urbe y todo el país en los años previos a la celebración de la cita olímpica.

Problemas que han cristalizado en un gasto mucho mayor del previsto. En total, casi 10.000 millones de euros que apenas se dejarán notar a posteriori en un puñado de infraestructuras mejoradas para que los habitantes de Río. Una de ellas, su Metro.

Desde hacía años la población reclamaba una ampliación de este medio de transporte y los JJOO han permitido conseguirla eso sí, también salpicada de un sobrecoste y problemas para su finalización. Las prisas nunca fueron buenas consejeras y durante la celebración del torneo, el suburbano sufrió algunas carencias que se subsanaron a toda carrera. Es de esperar que puedan aparecer de nuevo y que, una vez lo hagan, no se solventen tan rápido.

También debería mejorar la habitabilidad de Río la construcción de un gran carril bus que en los Juegos permitió una mejora notable de las comunicaciones y que, ya sin el evento, desatascarán el saturado tráfico de la localidad.

También quedará como herencia la revitalización del centro histórico de Río, un lugar que antes de los JJOO había sufrido un degradante deterioro y que ahora ha mutado. La organización decidió que, por primera vez en la Historia, la llama olímpica no

dormiría en el estadio olímpico, sino que lo haría en esta zona, remozada y mutada en una perfecta combinación de edificios históricos y modernos, coloniales y vanguardistas.

Sucede, sin embargo, que este lavado de cara no ha sido gratuito. Los elevados costes y el desplazamiento de hasta 7.000 familias (según varios estudios) ha dejado una profunda cicatriz social en una población que, más allá de estos aspectos puntuales, no notará la herencia olímpica en términos positivos.

En primer lugar, porque las arcas de la ciudad deberán soportar unos gigantescos sobrecostes. Río se ha tenido que endeudar hasta cotas máximas para poder albergar estos Juegos. Es más, a finales de agosto se barajó con la posibilidad de que los Paralímpicos de septiembre no pudieran celebrarse en el modo esperado por falta de fondos. Finalmente el Ayuntamiento se ha visto forzado a inyectar 50 millones de euros para garantizar la correcta celebración de este evento previo cierre, eso sí, de algunas instalaciones y centros que no se han usado finalmente para los Paralímpicos.

Tampoco ha mejorado la seguridad de la población. El aumento de la



presencia policial en las favelas ha sido precipitado y poco bien estructurado. Como consecuencia, se han desplegado más efectivos por estas zonas degradadas, pero sin que los agentes gozaran de una mayor formación o equipamiento, lo que ha provocado el mantenimiento de las cotas de violencia y, lo que resulta más grave, en ocasiones con los policías como sus ejecutores. En el pasado 2015, unas 1.200 personas murieron en Río fruto de estos enfrentamientos y unos 300 de esos muertos fueron ejecutados por las fuerzas de seguridad.

Además, la mayor parte de las infraestructuras creadas para este evento quedarán en desuso o, dicho de otra manera, deberán pasar a manos privadas para poder tener un aprovechamiento que, en muchos casos,

distará del de la práctica deportiva, bien de élite, bien de uso popular. El Gobierno brasileño y el de la propia Río no tienen recursos suficientes para mantenerlos. Sus prioridades son escuelas, hospitales, servicios públicos, etc. Al menos, insisten las autoridades, la imagen de caos que muchos vaticinaban durante los Juegos no llegó a producirse. Tampoco se notó el impacto de un virus, el Zika, que atormentó a todos los visitantes (fueran deportistas o no) durante los Juegos. Elementos positivos con los que reactivar un turismo que temía una caída notable en caso de haberse espolcado estos altercados.

Es una forma de conformarse frente a una visión pesimista, esa que dice que los Juegos han sacado más provecho de Río que lo que ha sacado Río de los propios Juegos. ◀

Líder en Pistas
Padel
Cristal

COLESPA

c/ General Pardiñas, 45 - Bajo B, 28001 Madrid
Teléfono: 645964209
info@colespa.com
inma@colespa.com
www.colespa.com



Kingtana



Enrique Bernaola
Periodista

La temporada de grandes pruebas ciclistas llegó a su fin con la disputa de la Vuelta a España, carrera que sirvió para devolver a Colombia el reinado del ciclismo mundial de la mano de su nuevo monarca, Nairo Quintana.

La temporada de grandes pruebas ciclistas llegó a su fin con la disputa de la Vuelta a España, carrera que sirvió para devolver a Colombia el reinado del ciclismo mundial de la mano de su nuevo monarca, Nairo Quintana. El joven ciclista del Movistar Team tomó el relevo de su compatriota Lucho Herrera, que fue el primer colombiano en ganar la ronda española de la historia hace ahora 29 años, en aquella edición de 1987.

Una noticia extraordinaria para una nación que está muy cerca de llegar a un acuerdo histórico. Después de décadas de conflicto armado, el gobierno del país cafetero y la FARC firmarán el acuerdo de paz entre ambas partes.

Será el 26 de septiembre en Cartagena de Indias, una cita a la que el campeón

“ la Vuelta a España, ha sido la carrera que ha servido para devolver a Colombia el reinado del ciclismo mundial de la mano de su nuevo monarca, Nairo Quintana. ”

de la Vuelta quiso hacer mención una vez conquistado su triunfo. “Estoy muy emocionado con este gran paso que ha dado nuestro país. Es un momento histórico para nosotros. Era un paso que necesitábamos dar y que ahora todos los colombianos debemos apoyar. Esperemos que el alto el fuego sea verdadero y podamos vivir en paz y felicidad”, decía Quintana.

Fue el humilde gesto que desde su posición como estrella mediática del mundo del deporte quiso regalar a los ciento de paisanos que día tras día le acompañaron en la ronda española para darle ánimos. Una peregrinación que culminó en Madrid el pasado 11 de septiembre con miles de colombianos que se echaron a las calles para cantar la victoria de su deportista más ilustre. Nairo Quintana, de 26 años, lo había

conseguido. Después de un Tour de Francia donde no pudo rendir al máximo y donde se vio totalmente superado por su gran rival, Chris Froome, el del Movistar Team se tomó su venganza particular en la carrera de nuestro país. Una Vuelta donde ambos se volvieron a ver las caras en una balance de poder que se decantó del lado del colombiano, mucho más fuerte en la montaña que el ciclista del Sky.

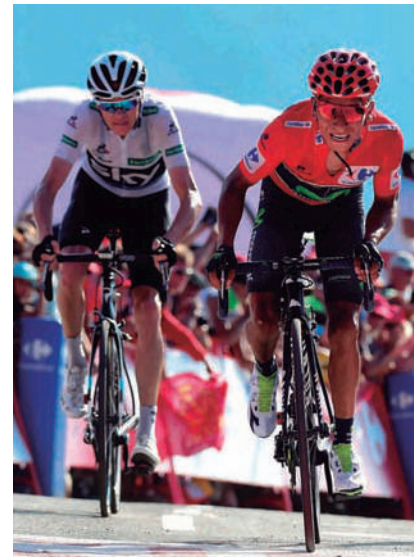
Su triunfo se cimentó en dos jornadas clave: su flamante victoria en la mítica llegada a los Lagos de Covadonga asturianos, y, sobre todo, la jornada de Formigal, en el pirineo aragonés. Esa fue la etapa más decisiva de esta Vuelta. El ataque de Contador a falta de 113 kilómetros para la meta fue bien seguido por Quintana, pero no por Froome. Ahí ganó la Vuelta al ciclista nacido en la región de Boyacá. Más de dos minutos de ventaja que, sumados al minuto y pico con que arrancó ese día, le dieron más de tres minutos y medio de cara a la contrarreloj de Calpe, el día donde Froome debía dar un golpe de autoridad.

Y lo dio. Ganó la crono y a punto estuvo de dar un susto al maillot rojo, pero ya era tarde. Sólo la última jornada de montaña, la de Aitana, un durísimo puerto conocido como el Mont Ventoux español y situado en lo alto de una base militar, podía cambiar las cosas. Pero Nairo volvió a responder a las embestidas del inglés, que se rindió a

“ su triunfo se cimentó en dos jornadas clave: su victoria en la mítica llegada a los Lagos de Covadonga asturianos, y sobre todo, la jornada de Formigal”

sus pies aplaudiéndole en meta.

“Aplaudí porque había sido mejor que yo. Había leído mejor que yo la carrera, así que chapeau por él”, decía Froome. “Es cierto que si no es por la etapa de Formigal igual no hubiera ganado esta Vuelta, pero nadie me ha regalado nada”, reconocía Quintana antes de subir al podio de Madrid. La ‘mano’ que le echó Contador fue clave. Sin embargo, el Movistar Team no le devolvió la moneda al de Pinto, que finalmente perdió su tercer puesto en el cajón en detrimento de otro colombia-



no, Esteban Chaves. Fiesta, por tanto, con claro acento del país del café, que vio cómo Nairo se convertía en el primer ciclista de su país en ganar dos grandes vueltas (esta Vuelta y el Giro de Italia de 2014). Todo un gol por la escuadra al ciclismo español, que por primera vez en 20 años se quedaba sin ningún representante en el podio final de la carrera de su país. Tenemos deberes, y muchos. ◀





Dirigentes Deportivos e ИНЖЕНЕРЫ СОВИЕТСКОС



Javier García Aranda

La mayoría de los dirigentes deportivos que ejercen su función en las administraciones públicas, tanto en cargos políticos como en calidad de profesionales, tienen uno de los tres siguientes perfiles: uno, **aficionados** al deporte que han sido directivos de alguna federación o club deportivo; dos, personas que han sido **deportistas de alto nivel**; tres, **licenciados en Educación Física o graduados en Ciencias de la Actividad física y del Deporte**, a quienes denominaremos titulados en deporte. Es indudable que entre quienes tienen uno o varios de estos perfiles (a veces se solapan dos de ellos o incluso los tres) hay personas que, al margen de que se esté o no de acuerdo con sus ideas, están capacitadas para ejercer con cierta solvencia el papel de dirigentes deportivos. Y también es constatable que, con esos perfiles o con otros, hay quienes tienen formalmente asignado el papel de dirigir el deporte, pero que no reúnen condiciones para ello. Lo que se trata de analizar es la relación entre la presunta idoneidad para ejercer como dirigentes deportivos en las administraciones públicas y los itinerarios seguidos pre-

viamente por esas personas en el ámbito deportivo.

En primer lugar, no cabe duda que el paso por la dirección de clubes deportivos o de empresas de servicios deportivos de cierta entidad proporciona un bagaje interesante para ejercer la dirección deportiva en otras organizaciones. No obstante, ejercer como dirigente deportivo en la administración pública exige ir más allá de la gestión eficiente de los recursos y de una visión imaginativa del deporte: hay que ser capaz de idear y desarrollar políticas deportivas coherentes para el conjunto de la población, tanto en el corto como en el medio y largo plazo.

Habrà quien opine que en esta valoración debería incluirse también a quienes hayan dirigido federaciones deportivas, sin embargo, el papel de estas entidades en el deporte y en la sociedad actuales me parece tan cuestionable que no considero pertinente, ni siquiera a los efectos de este somero análisis, su asimilación a los clubes o a las empresas de servicios deportivos, que siguen siendo pilares indiscutibles de la estructura deportiva.

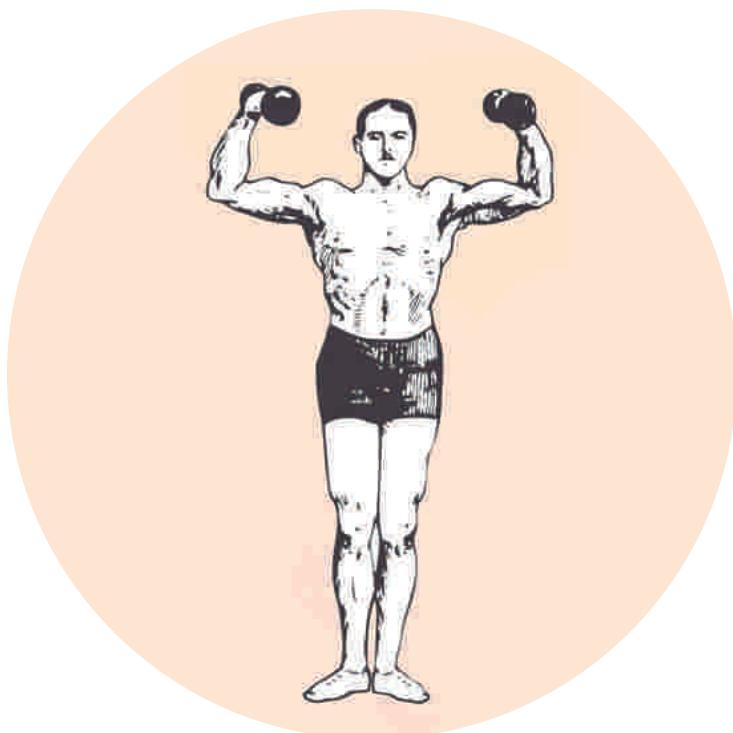
“ejercer como dirigente deportivo en la administración pública exige ir más allá de la gestión eficiente de los recursos y de una visión imaginativa del deporte”

El segundo perfil -que suele ser muy valorado para ejercer como dirigente deportiv@ en las administraciones públicas- es haber sido deportista de "alto nivel". Desde mi punto de vista, el asunto ofrece pocas dudas: salvo honrosas y escasas excepciones -y contando siempre con que la persona en cuestión tenga otras habilidades y logros formativos que los estrictamente derivados de su práctica deportiva-, el mero hecho de haber sido deportista de éxito no aporta nada o casi nada que faculte para ejercer como dirigente deportiv@, ni en las administraciones públicas ni fuera de ellas.

El tercero de los perfiles es el de l@s titulad@s en deporte. Con carácter general y sin que ello signifique poner en cuestión ni la valía personal de tales titulad@s ni la capacidad de l@s dirigentes deportiv@s que tienen esa formación académica, es muy cuestionable el bagaje que para el ejercicio de la dirección deportiva han venido proporcionando los estudios cursados en los Institutos de Educación Física y en las facultades de Ciencias de la Actividad física y del Deporte.

En efecto, dichos estudios facultan, sin duda, para la docencia, la planificación del entrenamiento deportivo o la gestión de actividades deportivas; sin embargo, para ejercer funciones directivas (en particular, en las administraciones públicas) es necesario tener una formación mínimamente consistente en otras materias y, además, haber desarrollado ciertas habilidades y hábitos intelectuales.

“el mero hecho de haber sido deportista de éxito no aporta nada o casi nada que faculte para ejercer como dirigente deportiv@, ni en las administraciones públicas ni fuera de ellas”



Para analizar las limitaciones que los estudios cursados por l@s titulad@s en deporte tienen para el ejercicio de la dirección deportiva y, así mismo, para reflexionar sobre el impacto que esta circunstancia ocasiona en el devenir de la sociedad, una referencia interesante es lo ocurrido con la formación de l@s ingenier@s soviétic@s y su relación con el fracaso de la industrialización de la URSS.

En su obra "El fantasma del ingeniero ejecutado" (CRÍTICA, 2001), Loren R. Graham, catedrático emérito de Historia de la Ciencia en el Massachusetts Institute of Technology, explica uno de los enigmas de la historia soviética: por qué la URSS no fue capaz de aprovechar plenamente "el impresionante arranque de su modernización tecnológica", habida cuenta de que las limitaciones atribuibles al carácter planificado de la economía sólo justifican una parte de dicho fracaso.

Graham señala que, tras la Revolución de Octubre de 1917, "los bolcheviques estaban empeñados en crear una economía planificada, en industrializar y en favorecer la ciencia y la tecnología" y, además, "parecían deseosos de aprovecharse de los servicios de ingenieros y científicos". En ese contexto, el protagonista de su historia, el ingeniero ruso **Peter Palchinsky** (1875-1929), que era socialista (aunque no era bolchevique), consideró que podía ser útil a su país colaborando con el proyecto soviético, ya que tenía experiencia en la gestión de la economía bélica -centralizada y planificada- que había sido implantada en Rusia durante la Primera Guerra Mundial.

Palchinsky pensaba que l@s ingenier@s tenían que llevar a cabo una función relevante en la sociedad soviética: su cometido no debía limitarse a resolver problemas estrictamente técnicos, sino que tenían que ser capaces de aplicar "una nueva forma de análisis social a los problemas de la industrialización". Por el contrario, Stalin, que desconfiaba de quienes habían cursado sus estudios antes de la revolución, entendía que l@s ingenier@s debían centrarse exclusivamente en los aspectos tecnológicos.

Es decir, Palchinsky defendía que l@s ingenier@s fueran auténticos dirigentes que pensarán globalmente en todo aquello que tuviera que ver con el diseño y la ejecución de los proyectos y que, además, fueran capaces de evaluar su impacto en la sociedad a la que iban destinados. Por su parte, Stalin quería que se limitaran exclusivamente a implementar técnicamente las directrices emanadas de las estructuras políticas del régimen. Obviamente el pul- >>

“quienes estudiaban ingeniería en la Unión Soviética recibían una formación estrecha y trucada: algo intelectualmente empobrecedor, políticamente tendencioso, socialmente irrelevante y éticamente inaceptable”

so lo ganó Stalin y lo perdió Palchinsky, que fue ejecutado. Y, tras su muerte, pronto desaparecieron también los planes de estudios que hasta entonces habían capacitado a l@s ingenier@s para ejercer las funciones que propugnaba Palchinsky.

Además, en poco tiempo, la gran mayoría de quienes cursaban estudios superiores en la URSS pasaron a ser titulados en ingeniería, en cuyas escuelas se adquiría una formación técnica muy específica en una determinada especialidad o subespecialidad. Sin embargo, l@s nuev@s ingenier@s soviétic@s carecían de la más elemental formación en disciplinas más generales y, en particular, en humanidades (excepción hecha de tres tristes asignaturas que sólo eran la excusa para llevar a cabo el adoctrinamiento ideológico correspondiente).

Graham explica con rotundidad la situación: “quienes estudiaban ingeniería en la Unión Soviética recibían una formación estrecha y trucada: algo intelectualmente empobrecedor, políticamente tendencioso, socialmente irrelevante y éticamente inaceptable”.

No obstante, lo peor del asunto no fue que es@s ingenier@s con tan limitada formación para aspectos no estrictamente técnicos estuvieran al frente de la producción de bienes y servicios en la URSS, sino que paulatinamente fueron copando la mayor parte de los cargos de responsabilidad del Partido Comunista y de la administración soviética, en sustitución de los bolcheviques que habían protagonizado la revolución y que iban falleciendo. Los datos al respecto son concluyentes: en 1986, el 89% de los integrantes

del máximo órgano político de la URSS eran ingenier@s que, como subraya Graham, eran “lamentablemente ignorantes en los temas sociales y económicos a los que tanta importancia otorgaba Palchinsky”. Y así les fue.

El paralelismo entre los déficits de formación de l@s ingenier@s soviétic@s y de l@s titulad@s en deporte es evidente: basta echar un vistazo a los planes de estudios, pasados y presentes, para comprobar la limitada presencia de disciplinas relacionadas con el ejercicio de la dirección deportiva (además, da la impresión de que esas asignaturas no son precisamente las más valoradas por quienes cursan dichos estudios). Sin embargo, paralelamente a lo que ocurría con los ingenier@s soviétic@s de la época posterior a Palchinsky, son l@s titulad@s en deporte quienes mayoritariamente van ocupando puestos de dirigentes deportiv@s. Hay, además, un dato tan elocuente como anacrónico, que pone de manifiesto el sesgo con el que se imparten las titulaciones deportivas y el perfil que se exige al alumnado interesado en dichos estudios: para acceder a las facultades de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (como antes a los Institutos de Educación Física), salvo que se tenga estatus de deportista de alto nivel o alto rendimiento, es necesario superar unas pruebas de aptitud física!

Y, claro, así nos va. ◀



“hay un dato anacrónico, que pone de manifiesto el sesgo con el que se imparten las titulaciones deportivas: para acceder a las facultades de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte, salvo que se tenga estatus de deportista de alto nivel o alto rendimiento, es necesario superar unas pruebas de aptitud física!”

INDOOR CYCLING GROUP SE UNE A LA FAMILIA LIFE FITNESS

Marca líder en el ciclo indoor mejora la oferta para los entrenamientos en grupo

Life Fitness, el líder mundial en equipos comerciales de fitness, anunció hoy que su empresa matriz, Brunswick Corporation (NYSE: BC), completó la adquisición de la empresa alemana Indoor Cycling Group (ICG), que es una empresa líder en el suministro de equipos para ciclismo indoor.

La intención de adquirir esta empresa se anunció por primera vez en julio y estuvo sujeta a revisión por parte de las autoridades competentes de Alemania, la cual se ha completado. Las condiciones de la transacción no fueron publicadas.

ICG es la más reciente adquisición para el catálogo de marcas de salud, fitness y bienestar de Life Fitness, y diversifica aún más la oferta de productos de la empresa, al mismo tiempo que aumenta su participación en la categoría de entrenamientos en grupo.

"Nos emociona darle la bienvenida al equipo de ICG a nuestra familia Life Fitness. Su innovadora tecnología, su experiencia en el ciclismo indoor y su talentoso equipo nos permiten posicionarnos para avanzar en las categorías de ciclismo indoor y entrenamientos en grupo", afirmó el presidente de Life Fitness, Chris Clawson.

Fundada en 1995, ICG tiene sus oficinas centrales en Nuremberg, Alemania, y es la empresa proveedora líder de bicicletas estacionarias, las cuales se comercializan mediante canales directos y mediante otros distribuidores. Con una línea completa de bicicletas reconocidas por su estética, su diseño y sus tecnologías integradas, ICG se centra exclusivamente en el mercado de ciclismo indoor, por lo que sus productos, su tecnología y sus expertos no tienen comparación en el sector.

La línea de productos de ICG se beneficiará de la extensa red de distribución mundial de Life Fitness, la cual abarca más de 120 países.

Para obtener más información sobre Life Fitness y su familia de marcas, visite www.lifefitness.com

Para obtener más información sobre ICG, visite www.teamicg.com



Sobre Life Fitness

Life Fitness, es el líder mundial en equipamiento de fitness. La compañía fabrica y vende equipos cardiovasculares y de fuerza así como servicios para el canal profesional y de hogar. Gestiona las marcas Life Fitness, Hammer Strength, Cybex, Sci-Fit, InMovement, Indoor Cycling Group, y Brunswick Billiards. Es parte de Brunswick Corporation, una empresa del Fortune Global 500.

Acerca de Brunswick

Con sus oficinas centrales en Lake Forest, Ill., Brunswick Corporation posee varias marcas comerciales líderes que incluyen motores fuera de borda Mercury y Mariner; propulsores de popa y motores interiores Mercury MerCruiser; motores de arrastre MotorGuide; piezas, partes y accesorios marítimos Attwood, Garelick y Whale; distribuidores de piezas, partes y accesorios Land 'N' Sea, Kellogg Marine, Diversified Marine, BLA y Bell RPG; Bayliner, Boston Whaler, Brunswick Commercial and Government Products, Crestliner, Cypress Cay, Harris, Lowe, Lund, Meridian, Princecraft, Quicksilver, Rayglass, Sea Ray, Thunder Jet y Uttern; equipos de fitness Life Fitness, Hammer Strength, Cybex, Indoor Cycling Group y SCIFIT; productos y servicios InMovement para el bienestar productivo; y mesas de billar, accesorios y mobiliario para juegos Brunswick. Para obtener más información, visite <http://www.brunswick.com>. ◀

" Nos emociona dar la bienvenida al equipo de ICG a nuestra familia Life Fitness. Su innovadora tecnología, su experiencia en el ciclismo indoor y su talentoso equipo nos permiten posicionarnos para avanzar en las categorías de ciclismo indoor y entrenamientos en grupo"



Andreu Raya
Director de Colegios Comprometidos con el Deporte y la Salud



Más de 15.000 alumnos de instituciones educativas de Madrid y País Vasco, reconocidas por su gran prestigio y liderazgo (ver cuadro adjunto) mejorarán sus hábitos de vida y aumentarán en torno a un 10% su rendimiento académico tras la implementación del programa **Colegios Comprometidos con el Deporte y la Salud**, desarrollado por la **ONG Deporte para la Educación y la Salud**.

El programa se basa en el **diseño, ejecución y divulgación** (entre alumnos, padres y docentes) **de un plan global de iniciativas de alimentación saludable, actividad física y valores éticos**. Los centros que se adhieren al programa elaboran sus propias medidas de actuación, aplican dichas acciones y comparten su experiencia tanto interna como externamente, contando con el apoyo y asesoramiento de la ONG.

El Programa Colegios Comprometidos con el Deporte y la Salud es una iniciativa que lleva a las Instituciones Educativas un **“Proyecto Global de Centro”** que atiende a las alertas de distintas instituciones internacionales (OMS y UNESCO, entre ellas) sobre el aumento de sedentarismo, obesidad infantil, necesidad de incidir en la edu-

COLEGIOS Y ENTIDADES PARTICIPANTES EN EL PROGRAMA EN EL CURSO 2015/16

Madrid

Escuelas Católicas de Madrid, King's College School de la Moraleja, Colegio Laude Fontenebro, Colegio SEK Ciudadcampo, Liceo Europeo de Alcobendas, Colegio Nazaret Oporto, Colegio Nuestra Señora de la Merced de Tres Cantos y Sportmadness.

Guipúzcoa

Arizmendi Ikastola de Arrasate y María Reina Eskola de San Sebastián.

Vitoria

Colegio Presentación María y Colegio Urkide.

cación en valores y ciudadanía global. Adicionalmente, investigadores de diferentes universidades apuntan que la implantación de un plan global de estas características aporta beneficios paralelos, como el aumento del rendimiento académico en torno al 10%, mejora del clima de centro, prevención de trastornos bulímicos, anoréxicos y vigoréxicos; y aumento de la coordinación interdepartamental en el centro, entre otros.

La ONG Deporte para la Educación y la Salud prevé que a lo largo del curso 2016-2017 la cifra de alumnos beneficiados por el programa ascienda hasta los 30.000 con la progresiva incorporación de nuevos centros. Al mismo tiempo, trabaja en diferentes meca-

“se prevé que a lo largo del curso 2016-2017 la cifra de alumnos beneficiados por el programa ascienda hasta los 30.000”

nismos de financiación para que la participación en el programa pueda ser de coste cero para todos los participantes.

Más información:
www.colegiosconeldeporte.com
atencion@colegiosconeldeporte.com



REINVENTANDO LA MANERA DE TRABAJAR



InMovement™ se ha lanzado para combatir los efectos nocivos del sedentarismo. Los productos **InMovement™**, se pueden usar en la oficina o en casa, y están diseñados para ayudar a los empleados a trabajar de manera efectiva, apoyar la productividad y permitir flexibilidad en la forma de moverse.

Life Fitness Iberia
Frederic Mompou, 5 1º - 1ª
08960 Sant Just Desvern, Barcelona

Tel. 900 505 741
info.iberia@lifefitness.com
www.inmovement.com



— a *LifeFitness* company —



REPORTAJE

LA UD SAN SEBASTIÁN DE LOS REYES

ejemplo de modernidad en el fútbol modesto



Francisco Javier Martín
Redactor Jefe Deporcam

“Gestionado por Santagadea desde 2010, este histórico del fútbol madrileño ha instaurado una avanzada estructura social y deportiva”

La Unión Deportiva San Sebastián de los Reyes, el Sanse para los madrileños, es un histórico del fútbol de esta Comunidad Autónoma. En los últimos años el club ha iniciado de la mano del grupo empresarial Santagadea una modernización que ha impulsado todas sus facetas hasta hacerle soñar con grandes cotas como las de la Segunda División. Recién retornados a Segunda B esta misma temporada, el equipo de Matapiñonera ya ha demostrado en los primeros compases de la Liga que va en serio, como el proyecto de una entidad que alberga esperanzas de hacerse más grande gracias a la seriedad institucional y programática de su actual directiva.

La historia reciente del Sanse comienza en 2010, en las profundidades de la Tercera División, una categoría donde el equipo empezó a refundarse gracias a la llegada de los nuevos accionistas de Santagadea. No es el pozo de estas divisiones un lugar donde abundan modelos deportivos profesionales co-

“Recién retornado a Segunda B, el objetivo es ascender a Segunda División en un plazo medio-largo de tiempo”

mo el que nos contempla, pero apenas se hicieron cargo del club, sus directivos tuvieron claro que había que aplicar una reestructuración serena, pero progresiva, que permitiera modificar la estructura de la entidad y, de paso, asentar las bases de un futuro próspero en lo deportivo, lo económico y lo social.

“Desde que nos hicimos cargo de la gestión de la entidad, hemos intentado profesionalizar todas las áreas del club y construir un proyecto sólido en el tiempo, con estructuras de trabajo basadas en la formación y participación de todos los técnicos y personal de las instalaciones. Consideramos que todos y cada uno de los trabajadores del club son vitales para el éxito del grupo, independientemente de la categoría y el nivel del equipo”, explica Jose Andrés Cayuela, secretario del equipo.

Fruto de estos planes, el club logró pronto no sólo plantear proyectos

serios con los que buscar el ascenso a Segunda B, sino también hacerlo con una estructura totalmente saneada, lo que, a su vez, otorgó más potencial deportivo a la entidad. “La situación económica está al día, desde que iniciamos la dirección de este proyecto, los jugadores, técnicos y personal del club no han dejado de cobrar un solo mes. En la actualidad estamos desarrollando un club de empresas con el objetivo de fomentar el apoyo empresarial a nuestro club de fútbol.

Queremos destacar que la última empresa en unirse a nuestro proyecto ha sido la constructora Procoin S.L, que ya es nuestro patrocinador principal en 2ºB”, continúa explicando Cayuela.

“En este sentido cabe destacar el apoyo y colaboración del Ayuntamiento de S.S de los Reyes, sin el cual sería imposible desarrollar nuestro proyecto deportivo y económico, cediendo las formidables instalaciones de Matapiñonera y subvencionando con una partida a las escuelas del club”, añade.

Fruto de estos esfuerzos, el Sanse logró la pasada temporada el retorno a la categoría de bronce después de un año casi perfecto. “Fue una campaña increíble. El equipo empezó a funcionar desde la primera jornada. Al inicio tuvimos algún empate, pero en casa sólo perdimos un partido, contra el Navalcarnero, y fue ya con la primera plaza de la Liga asegurada”, empieza a describir Javi Vicente, capitán del equipo quien cumple, en la presente campaña, su quinto curso en Matapiñonera. Veterano con experiencia en hasta diez equipos de Segunda B (algunos ilustres como Alcorcón, Racing de Ferrol o Leganés), dice Javi Vicente que en el Sanse ha logrado la estabilidad institucional que no encontró en otras escuadras.

“Los dueños quieren ir despacio, pero haciendo todo muy bien. Eso se plasma en una gran estabilidad. Con todos los problemas que hay de pago en el mundo del fútbol, aquí se paga bien, a tiempo y siempre las cantidades prometidas. La directiva y el cuerpo técnico te dan muchísimas facilidades y eso facilita el trabajo del jugador; hace que sólo te preocupes de rendir y aumenta la cohesión del grupo”, afirma este veterano de 35 años, quien, pese a esa experiencia, afirma que no ha vivido en su carrera un partido igual al que les devolvió a Segunda B la pasada campaña.

Los madrileños acabaron primeros del grupo VII de Tercera División, lo que les permitió jugar la final por el ascenso directo. Si ganaban la eliminatoria, eran de Segunda B. Si perdían, caerían

a la repesca teniendo, aún, que superar dos rondas más para llegar a la categoría de plata. El bombo quiso que acabaran emparejados con los canarios del Villa de Santa Brígida. El duelo de ida se disputó en las islas. La vuelta, en San Sebastián de los Reyes.

El primer partido acabó con victoria local por 1-0. El Sanse tenía que ganar 2-0 en el segundo duelo para ascender. El choque en Matapiñonera se puso pronto cuesta arriba. Los visitantes marcaron. Era necesario un 3-1 para subir. Parecía una misión imposible. El Sanse se puso rápidamente manos a la obra para lograr su objetivo. Los goles llegaron, pero no en la cantidad necesaria. En el minuto 85 los madrileños sólo habían hecho dos de los tres tantos necesarios. Hasta que llegó el héroe del ascenso, Fer Ruiz. Este joven interior de 25 años consiguió lo que muchos futbolistas han soñado desde pequeños. Hacer un gol histórico para su equipo.

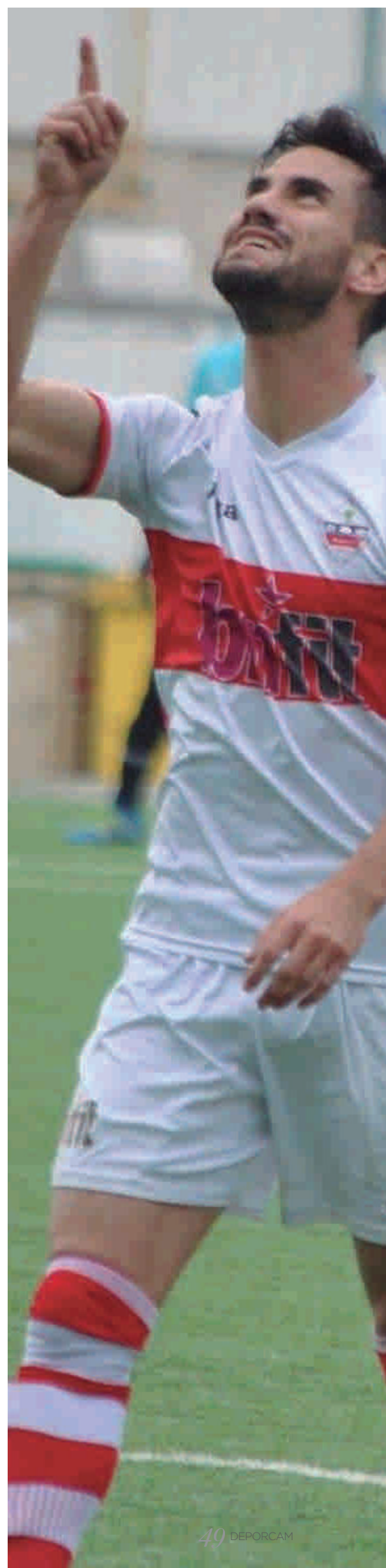
“Recuerdo que me metieron un balón desde nuestra área, en largo. La bola caía con nieve. Yo estaba en la frontal del área rival y no sé cómo la controlé con la derecha. Apenas había caído, solté un latigazo con la zurda que se clavó por la escuadra. ¡¡Era el gol del ascenso!!”, relata ilusionado este veterano de la Segunda B que ya sabe también lo que es lograr un ascenso a Segunda A. Fer subió a la categoría de plata en 2014 con el Leganés.

El sueño de la Segunda

Precisamente ése objetivo, el de ascender a Segunda A, es una de las metas que se ha puesto el Sanse en el horizonte del medio-largo plazo. “El proyecto de la Unión en los próximos tres años es subir a Segunda. Somos conocedores de las dificultades que ello entraña y la competitividad que existe. Invertiremos en formar un equipo que pueda competir para situarnos entre los favoritos”, explica Cayuela. Y en ello están.

Por lo pronto, esta temporada de ascenso a Segunda B, el Sanse ha conjuntado una plantilla que mantiene el bloque que subió el curso pasado con jugadores de importante nivel para la categoría. Hombres como Raúl Moreno, Toni Arranz o Antonio Matas son futbolistas que están aportando un notable salto de calidad a la plantilla. A sus mandos, Diego Montoya, nuevo entrenador una vez que Mateo García, el técnico de la temporada pasada, hizo las maletas para irse al Guijuelo.

Con Montoya al frente, el Sanse se ha reentrenado en la categoría huyendo del modelo que se le supone a todo >>



'novato', esto es, lejos de ser un equipo reservón o encerrado en su defensa, los madrileños plantean los partidos jugando de tú a tú a sus rivales. "Esta categoría te permite jugar cara a cara con rivales que tienen presupuestos mayores, pero que son conjuntos que se pueden batir también por recién ascendidos como nosotros. No porque seamos recién ascendidos vamos a renunciar a nuestra identidad de ser dominantes y de tratar de ganar todos los partidos", dice Montoya como declaración de intenciones de su estilo futbolístico.

"Nuestro objetivo -continúa- es progresar. Se tiene que ir paso a paso. La Segunda B es la categoría más difícil del fútbol español. De 80 equipos ascienden sólo cuatro. El ratio, por ejemplo, en Segunda es mucho más sencillo, con tres ascensos de 22 equipos. Estamos hablando una gesta compleja. Por eso lo fundamental es asentarnos en la categoría. Hay equipos con mucha entidad. Por eso pensamos primero en no descender. Una vez logremos, ojalá, asentarnos, empezaremos a mirar un poco más arriba con una plantilla que pueda optar al ascenso", afirma el técnico al respecto del sueño de tocar la Segunda División.

"Todos sabemos que es muy difícil ascender a Segunda División. Conjuntos como Oviedo o Cádiz han necesitado mucho tiempo, pero con el modelo del Sanse se están haciendo bien las cosas para poder tener encarrilado el objetivo. Que se consiga o no es distinto, pero la ilusión y las bases para lograrlas están", añade el capitán, Javi Vicente.

Una cantera clave

Entre tanto, mientras el club piensa en el sueño de alcanzar las categorías del fútbol más profesional, la entidad también se centra en otra de sus grandes columnas: las categorías inferiores.

Con casi 600 niños en su escuela, el crecimiento de esta base es, insisten desde el Sanse, fundamental para entender la idiosincrasia de este histórico conjunto madrileño.

"Desde hace mucho tiempo la cantera del Sanse ha sido siempre importante. Un referente en la Comunidad de Madrid. Por desgracia luego eso se perdió. Hubo años que se dio demasiada importancia al primer equipo y muy poca o casi nada a la cantera. Eso se perdió, pero ya llevamos un tiempo trabajando mucho y muy bien en recuperar esa base. Todos nos hemos dado cuenta de que las categorías inferiores son el pilar de todo equipo", afirma Miguel Ángel Marín, responsa-

"el San Sebastián de los Reyes demuestra que, más allá de ser un club de fútbol, pretende convertirse en el alma de una ciudad con la que está integrada no sólo mediante los éxitos deportivos, sino con una fuerte implicación social"



ble de cantera.

Todos esos chavales, a los que Marín define como "mis hijos", conforman unas nutridas categorías inferiores formadas por cuatro equipos en cada categoría posible de Fútbol-11, además de seis de equipos de benjamines, 4-5 de prejamines y dos de chupetines en Fútbol-7. A ello hay que sumar un juvenil y un equipo senior de fútbol femenino, ambos integrados con éxito en la estructura del Sanse desde la temporada pasada. Todos, mayores y pequeños, chicos y chicas, forman parte de un modelo que va mucho más allá de lo deportivo.

"Nuestro lema es 'Formamos personas y partir de ahí, gestamos futbolistas'. Formar personas, al final, lo más fácil porque hacerse futbolista se hacen futbolistas pocos chicos. En ese sentido, tenemos nutricionistas al servicio de los chicos, hacemos estudios de podología con los niños para evitar lesiones, tenemos dos días en semana un profesor de apoyo en todas las asignaturas, tenemos un aula en el club para deberes y demás... tenemos clarísimo que por encima de todo está el niño como persona", concluye Marín.

En definitiva, con iniciativas de este tipo el San Sebastián de los Reyes demuestra que, más allá de ser un club de fútbol, pretende convertirse en el alma de una ciudad con la que está integrada no sólo mediante los éxitos deportivos, sino con una fuerte implicación social. "Hemos realizado un esfuerzo importante en comunicar que el club es el equipo de la ciudad con una importante campaña de abonados y hemos querido sensibilizar a todos los sectores de San Sebastián de los Reyes. A los ciudadanos les diría que acudan a Matapiñonera a ver los partidos que no les defraudaremos, verán un equipo que trata de jugar al fútbol cada jugada y no dan un balón por perdido. Para nuestros jugadores en vital ver las gradas llenas y notar el apoyo de los seguidores, son nuestro jugador Nº 12", concluye Cayuela.



Nos comenta Jose Andrés Cayuela Castillejo
Secretario Unión deportiva San Sebastián de los Reyes

Para quienes no conozcan el modelo del Sanse, ¿en qué consisten sus planes a medio y largo plazo? Que proyecto deportivo está desarrollando S.S

Respuesta (J.A.C): El proyecto deportivo de la Unión deportiva San Sebastián de los Reyes, está basado en la cantera, con una escuela formada por más de 500 niños, el objetivo es formar personas y jugadores que crezcan con los valores del fútbol y puedan alcanzar algún día el 1º equipo.

Llama la atención que un equipo humilde que ustedes cogieron en Tercera División se estructurase de forma tan profesional desde el principio. No es lo más frecuente.

Respuesta (J.A.C): Desde que nos hicimos cargo de la gestión de la entidad, hemos intentado profesionalizar todas las áreas del club y construir un proyecto sólido en el tiempo, con estructuras de trabajo basadas en la formación y participación de todos los técnicos y personal de las instalaciones, consideramos que todos y cada uno de los trabajadores del club son vitales para el éxito del grupo, independientemente de la categoría y el nivel del equipo.

Que patrocinadores y apoyos tiene el S.S. , de empresas privadas y de las instituciones ...?

Respuesta (J.A.C): En la actualidad hemos firmado un contrato con la constructora Procoín S.L por el cual se unirá a nuestro club como patrocinador principal, y estamos en la actualidad negociando con aseguradoras, marcas de coches y bebidas para que apoyen nuestro proyecto deportivo.

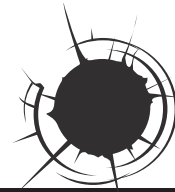
Queremos destacar muy especialmente el apoyo y colaboración del Ayuntamiento de S.S de los Reyes, sin el cual sería imposible desarrollar nuestro proyecto deportivo y económico, cediendo las formidables instalaciones de matañonera y subvencionando con una partida a las escuelas del club. ◀

TOMAHAWK
NEW 2016
INDOOR CYCLES
 POWERED BY ICG®

COLORFUL, POWERFUL, CONNECTED

TOMAHAWK
myride
TEAM ICG®
BE YOUR OWN HERO

Official Distributor: GHsports® C/ Mar Mediterráneo, 2 Nave 26. 28830 San Fernando de Henares. Madrid
 Web: www.ghsports.es Tel: +34 91 636 57 54 Email: info@ghsports.es



TERRORISMO INTERNACIONAL Y DEPORTE

OPINIÓN



Ricardo Gómez Díez
Profesor de Derecho Internacional
Público Universidad Isabel I

Faltan pocos días para la inauguración del evento deportivo más importante del mundo y los medios de comunicación se hacen eco de operaciones anti-terroristas en Brasil, cuyo fin es salvaguardar la seguridad de los atletas, el público asistente y los ciudadanos y visitantes del país organizador.

Cuando el 5 de agosto comiencen oficialmente los Juegos de la XXXI Olimpiada, una audiencia potencial de 5.000 millones de personas, pondrá sus ojos en Río de Janeiro y durante dieciocho días, podrá contemplar la destreza, la entrega y el sacrificio de unos 10.500 atletas pertenecientes a 206 comités olímpicos nacionales.

Por desgracia, la trascendencia mediática de los Juegos los ha convertido en objetivo potencial de organizaciones terroristas que lo contemplan como un escaparate de primer nivel para propagar el terror y la inseguridad por todo el planeta.

Como ha sucedido recientemente con la Eurocopa de Fútbol o el Tour de Francia, las medidas de control y la intervención de Policía, Fuerzas Armadas y servicios de inteligencia, forman parte de las noticias diarias en un momento en el que se debería hablar de logros deportivos y futuros récords olímpicos.

El reto para la comunidad internacional es oponerse a la amenaza terrorista con una respuesta coordinada y universal. Especialmente interesante resulta plantear el análisis de los medios de defensa que se pueden articular globalmente, ya que nos encontramos ante un pro-



blema común que afecta a la seguridad y a la convivencia en todo el mundo. El Derecho Internacional Público, es una rama del Derecho que se encarga de regular el comportamiento de los Estados y otros sujetos internacionales, a partir de unos principios aceptados universalmente y que entre sus fines esenciales contempla la garantía de la paz y la convivencia entre las naciones.

Para conseguir estos fines, esta disciplina articula normas de ineludible cumplimiento para los Estados, mecanismos de resolución pacífica de conflictos y sanciones internacionales para los que incumplan las obligaciones reconocidas internacionalmente. El garante último de la paz y la seguridad es la Organización de Naciones Unidas (ONU).

La dificultad con la que se encuentra el Derecho Internacional para combatir la coacción de los terroristas es la carencia de un Estado articulado, sujeto de derechos y obligaciones, que resulte responsable de los atentados y contra el que se puedan tomar medidas de fuerza. De esta forma, no hay posibilidad de imponer a los causantes sanciones económicas, bloqueos diplomá-

ticos o, en último término, legitimar el uso de la fuerza con el envío de tropas a un territorio determinado. Todas estas medidas y otras similares, quedan por tanto sin operatividad.

La primera medida es incrementar los mecanismos de cooperación internacional, con el intercambio de información sensible entre las fuerzas de seguridad y los servicios de inteligencia y con apoyo económico y logístico decidido a los países amenazados.

Además, es necesaria una intervención coordinada en los países que sirven de refugio a las organizaciones terroristas no solo desde el punto de vista militar, que al final provoca un efecto dominó y se convierte en alimento de nuevos adeptos, sino también con proyectos de inversión, que permitan un desarrollo económico y cultural que limite y palié la incidencia del mensaje del odio y la intolerancia. Al final, el objetivo debe ser aumentar la seguridad los ciudadanos y de los deportistas y que la fiesta universal del deporte solamente genere noticias de logros que desafían los límites humanos y suponen un ejemplo de superación y esfuerzo individual y colectivo. ◀

Gestión integral de centros deportivos

9 Concesiones
en toda España

+ de 400 empleados

+ de 100.000 m² gestionados

+ de 30.000 usuarios

inacua



www.inacua.com

ferrovial
servicios

Los Juegos Olímpicos y el deporte femenino



Manuel Zambrana

Quién nos iba a decir, que en estos pasados juegos, la participación femenina española iba a rondar el 45% de los 206 atletas que formaron el equipo olímpico, y que las chicas iban a tener una relevancia sobresaliente.

Haciendo un poco de historia, podemos recordar que en 1900 en París con más de 1000 participantes sólo hubo 6 mujeres que participaron en los dos únicos deportes permitidos: golf y tenis.

Cuenta el profesor don Jesús Polo del Barrio, que el esfuerzo en España de las personas amantes de la Gimnasia les llevaba en ocasiones a invitar a los aficionados que asistían a las demostraciones con dulces y pastas, así lo hacía la Sociedad Gimnástica Española pionera en programas de gimnasia madrileña, cuyo local en la calle Marqués de Leganés fue la cuna gimnástica de la capital a principios del siglo XX.

Hemos escrito otras veces, que la Ins-

“la delegación femenina española han cosechado un éxito rotundo: 17 medallas 38 diplomas, con algunas decisiones arbitrales injustas”

titución Libre de Enseñanza y posteriormente la residencia de estudiantes fueron constante motor y aliento de unas élites intelectuales españolas que empezaron a tener un prestigio y una consideración internacional hasta entonces desconocida y, donde la Cultura Física, era practicada, estudiada y recomendada.

Sin embargo, a pesar de los impulsos de intelectuales y grupos de cierta influencia socio-política en el desarrollo de la Cultura Física como un derecho y disfrute de los ciudadanos con unos valores pedagógicos y saludables pregonados en toda Europa, el Estado español carecía de presupuestos estables para financiar el deporte y tuvo

que ser el Conde de Romanones el que contribuyera económicamente adelantando una cantidad para que los atletas españoles pudieran participar en la Olimpiada de Amberes. Y eso que habían pasado más de 20 años desde que el barón de Coubertin promulgara su ideario olímpico y la mayoría de los países modernos asumieran como un compromiso ineludible y prioritario sus proyectos educativos y deportivos.

La experiencia no pudo ser más descorazonadora, ya que como reflejan los escritos de la época, una de las crónicas de los deportistas dice: “llegamos a Amberes y nos hospedaron en un lugar que parecía más un alber-

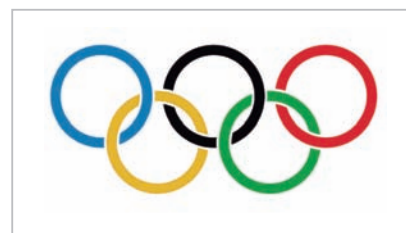
que que un sitio para atletas. Se improvisó cocina y allí nos hicieron unas comidas que ninguno probaba. En dos habitaciones nos aposentamos dieciocho señores en duras camas de campaña, con dos únicos lavabos, y como detalle de higiene sin agua para limpieza de retretes”.

En los Juegos de México, la cosa no mejoró y ya eran los años sesenta, casi rozando los setenta. Participaron 122 hombres y dos mujeres, entre ellas, la gran M.Paz Corominas que fue finalista en natación y que posteriormente entrenó unos meses en Estados Unidos con el campeón español Santiago Esteva. Insólito.

En esa época, España seguía viviendo en el oscurantismo, el ardor guerrero, y el España y yo somos así señora. Las mujeres tenían difícilísimo hacer deporte ya que “masculinizaba, deformaba el cuerpo y provocaba sudoración, actividades no recomendadas para señoritas”. Se vivían momentos de perplejidad y vergüenza propia y ajena. El día 1 de febrero de 1975, un policía obligaba a retirar de un escaparate de la ciudad de Cáceres, una reproducción de la maja desnuda de Goya por considerarla indecente y pornográfica.

Y una mujer no podía abrir una cuenta corriente sin el permiso de su marido. Un caso extraordinario de protagonismo femenino, ha sido la medalla de bronce en Taekwondo de la iraní Kimia Alizadeh, rompiendo todo tipo de tabúes, hasta el punto de que el Ayatolá Alí Jamenei no ha tenido más remedio que hacer un reconocimiento al equipo iraní olímpico, agradeciendo a las deportistas que lucieron el velo islámico y en especial a la que con el chadar brilló como abanderada. Un atisbo de tolerancia se vislumbra en el horizonte. Y no digamos del pundonor de nuestra Lydia Valentín que ha recuperado las medallas que con trampas, drogas y malas artes le arrebataron. O Carolina Martín, o las chicas de Rítmica, o Ruth Beitia, o Mireia, o Maialen o Eva Calvo, o las chicas del básquet....

Vaya por ellas, por su coraje en estos recientes Juegos, a pesar de las complicadas relaciones entre el Presidente del COE y del CSD y los problemas (costumbre muy española), de financiación, organización y recursos en la preparación, el equipo olímpico y la delegación femenina han cosechado un éxito rotundo. 17 medallas 38 diplomas, con algunas decisiones arbitrales injustas (sincronizada, 12 minutos de



“el Ayatolá Alí Jamenei no ha tenido más remedio que hacer un reconocimiento al equipo iraní olímpico, agradeciendo a las deportistas que lucieron el velo islámico”

espera de Nadal cuando remontaba, etc.), demostrando que es el esfuerzo de las personas lo que supera la mala gestión de los dirigentes, aunque, ahora, se apunten a la foto. ◀

SELF IMPROVEMENT

REFLEXIONES PARA EL CRECIMIENTO PERSONAL DE LOS GESTORES

120. Innovarse de forma creativa

FXL Es común hablar en el mundo de las empresas sobre la necesidad de actualizarse, adaptarse a los tiempos y, sobre todo, al público al que dirigen sus productos o servicios. Se actualiza la Imagen Corporativa, las formas de comunicarse con el mercado, los diseños de los productos y cualquier cosa que parezca anticuada o de tiempos pasados. Naturalmente, también la imagen externa de las personas es un asunto de actualidad; nos adaptamos a las nuevas modas para no descajar en el ambiente social en el que nos movemos; hablamos de los temas de actualidad, y utilizamos el lenguaje y los medios tecnológicos más avanzados.

Pero ¿Qué ocurre con nuestra personalidad, con nuestra forma de pensar, de relacionarnos, de vivir, de trabajar, de servir a la sociedad; con nuestras ilusiones y proyectos? ¿No deberíamos cambiar de actitudes, superar temores, y hábitos nocivos e indeseables, adquirir virtudes y nuevos conocimientos? ¿No sería bueno el actualizarse e innovarse por dentro? ¿No nos convendría hacerlo de forma creativa?

Para entrar en esa dinámica de innovación creativa pienso que conviene aplicar algunas estrategias básicas tales como: acometer pensamientos divergentes; cambiar de estilo de funcionar; experimentar, probar, tratar de eliminar miedos y fijaciones funcionales; dejar de lado lo común, lo habitual - como por ejemplo, el orden implantado por uno mismo con los años, la forma de mirar las cosas, pensar, penetrar, relacionar, analizar; alimentarse, etc. etc. Sin duda, seguir este camino con la intencionalidad puesta en el propio perfeccionamiento orientado a servir mejor a “nuestros clientes”, es una buena forma de conseguir cambios reales en nuestra adaptación creativa a los tiempos en que vivimos y, por qué no, a nuestra situación personal y profesional tras años de vida. No hacerlo, sería como envejecer por dentro y por fuera; seguir un proceso de anquilosamiento integral.

GIJÓN SE VISTE DE GALA EN EL DÍA DE ASTURIAS COINCIDIENDO CON LA PUESTA DE LARGO DE BNFIT TALASO



El grupo Santagadea sigue siendo fiel a su patria querida, Asturias.

Inició sus inversiones con la adquisición del centro comercial de los bajos del Molinón, que co-gestiona con la constructora Procoin. Posteriormente se hizo con la compañía Visama, empresa afincada en el principado y que se dedica a la Restauración de Colectividades y a la gestión de Residencias Geriátricas. Fue con la adquisición del Balneario/Centro Welleness Talasoponiente, con lo que puso su primera bandera en el norte de España de un centro BNFIT, que desde el pasado 8-9-16, en Gijón, se conoce como BNFIT TALASO.

A principio del verano, incorpora a estos proyectos, el "Hotel Castillo del bosque la Zoreda", singular edificio que aloja un magnífico Hotel de cinco estrellas y donde el grupo empresarial el pasado Miércoles reunió a un selecto grupo de empresarios de la zona para disfrutar de una magnífica cena acompañados de la voz de Bertín Osborne y de otro cantante singular, Javier Moya. Ambos grandísimos artistas oriundos del sur pero enamorados del norte y que hicieron de la velada una noche inolvidable.

La celebración del día de Asturias de este año, será recordada por los Gijonenses como un día singular, donde se

Bertín Osborne sorprendió a más de 20.000 personas en la playa de Poniente el pasado jueves ocho de Septiembre con un magnífico concierto que el grupo Santagadea ofreció a sus clientes de Bnfit Talaso, y a los Gijonenses que gratuitamente retiraron su invitación en las instalaciones BNFIT de Gijón.



El CEO de SANTAGADEA, D. Miguel Espinosa y el Concejal de Deportes y Turismo del Ayuntamiento de Gijón, D. Jesús Martínez, en la presentación conjunta del proyecto de reforma y mejora de Bnfit Talaso. El Proyecto se completará con un Parque Acuático, que tendrá capacidad para mil personas a la hora y estará abierto los 365 días del año.



“los equipos de BNFIT Talaso y su entusiasmo e incondicional público, trasladaron varias masterclass al aire libre”



les anunció la incorporación al centro Wellness de referencia de la comarca, **BNFIT Talaso**, de otras infraestructuras que complementarán la oferta de salud y de deporte para todos que ya tiene en su carta de presentación y en su ADN, y que están directamente relacionadas con las actividades acuáticas al aire libre para disfrutarlas en familia. Es la idea del *grupo Santagadea*, completar este centro con un parque acuático, que como ya anunció el consejero delegado del grupo en rueda de prensa, **Don Miguel Espinosa**, no existe desde la Coruña a Burdeos, un complejo lúdico-deportivo de similares características. El parque que tendrá capacidad para mil personas a la hora y estará abierto los 365 días del año, contará con once atracciones de agua, tres torres y 750 metros de toboganes.

Esta fiesta de grandes noticias y el acontecimiento musical de estos estupendos artistas que son **Bertín Osborne** y **Javier Moya**, estuvieron acompañadas de acontecimientos deportivos masivos en la propia playa de Poniente. Los equipos de BNFIT Talaso y su entusiasmo e incondicional público, trasladaron varias masterclass al aire libre. La actividad física precedió a la fiesta musical, haciendo de la playa de Poniente un escenario vivo de encuentro entre la ciudadanía de Gijón, volcada siempre con el deporte y con la buena música en directo.

Estamos seguros que esta comarca seguirá teniendo un protagonismo especial para futuros proyectos del grupo Santagadea.

Enhorabuena BNFIT, enhorabuena Santagadea. ◀



¡Que viva mi Lega!



Francisco Javier Martín
Redactor Jefe Deporcam

Dicen que los periodistas no debemos tener colores. Mentira. Ya les digo yo que los tenemos. Y algunos muy pegados a la piel. Asunto distinto es que se nos note. Que se nos nota. En el más mínimo detalle. Aunque sea casi sin querer. En la década que llevo escribiendo estas líneas siempre he tratado de ocultar mi condición futbolera. A usted, lector, no le importa. Pero hoy me destapo. Y creo que me comprenderán. Apunten. Yo soy del Lega.

Sí, del Leganés. Y no, no se trata de una moda. No es que ahora que están en Primera me haya enfundado la camiseta pepinera. Son muchos años los que llevo proclamando orgulloso mi condición de seguidor de este equipo, aun cuando pululaba por Segunda B. Aún cuando nadie creía en él. Será cosa de haberme criado en esta ciudad desde aquellos tiempos en los que hablar de Metro-Sur era como imaginar una escalera a la Luna: toda una utopía.

Eran años de mañanas dominicales visitando el viejo Luis Rodríguez de Miguel, de hacer hombres con nombres de currantes mis ídolos cercanos, de charlas eternas con Cerrato, mi profe de Historia, sobre qué jugador

“no es que ahora que están en Primera me haya enfundado la camiseta pepinera. Son muchos años los que llevo proclamando orgulloso mi condición de seguidor de este equipo, aun cuando pululaba por Segunda B”

vender, poner o elevar a los altares. Fue así como se cimentó una afición que saltó luego al terreno de lo profesional. Es más de una década que sigo el día a día de esta escuadra a la que he unido casi sin querer mi vida. Como un matrimonio con balón de cuero en lugar de alianza de oro.

No les voy a negar que un grande del balompié español ha ocupado mi corazón también desde la infancia, pero el sentimiento es diferente. También sus consecuencias. Ahora que uno y otro coinciden en la misma Liga no sé a quién quiero más, si a papá o a mamá. En realidad es mentira. Sé a quien quiero.

A un Lega con el que mi visión de este deporte ha mutado, que me ha ayudado a distinguir matices antes inapreciables. Como el sabor de un empate sufriendo. O el de una buena defensa. O el de sentir que sólo un puñado de locos como tú comparten el mismo sentimiento. Seguramente jamás celebre un título como si lo hecho con mi otro amor, pero las alegrías de este orgullo no lo suple ningún trofeo. Ninguno. Que viva el fútbol modesto. Que viva mi Lega. ◀

eGYM

BORN DIGITAL

TODO ESTÁ EVOLUCIONANDO

ANTES DE LA
TRANSFORMACIÓN DIGITAL

DESPUÉS



¿Y TU GIMNASIO?



eGYM, LA ÚNICA **SOLUCIÓN INTELIGENTE** PARA TU SALTO DIGITAL



CAPTACIÓN



FIDELIZACIÓN



COSTES



BENEFICIOS

THE GERMAN REVOLUTION:

eGYM es el sistema de entrenamiento inteligente más innovador de la actualidad, que proporciona la mejor experiencia y los mayores resultados. Con eGYM tu gimnasio consigue más captación, más fidelización, un ahorro en costes y maximiza sus beneficios.

www.egym.es | info@egym.es | +34 91 278 91 67

ENTRETENIDO. REVELADOR. IMPRESCINDIBLE.

Cuando descubres la nueva consola 7xi no solo encontrarás un magnífico monitor con una app intuitiva que conectará a los usuarios a un nuevo nivel de entretenimiento, y a sus redes sociales personales preferidas sino también a una mayor interacción entre ellos y el club. Estamos continuamente mejorando y afinando nuestra plataforma de software con nuevas características y con actualizaciones gratuitas. Esto significa que cuando eliges lo mejor, puedes confiar en que se mantendrá actualizado durante mucho tiempo

Descubre más en www.matrixfitness.es

91 488 55 25

