

DEPORcam

LA REVISTA DEL CÍRCULO DE GESTORES

NÚMERO 37

EDITA INGESPOR



GO fit Peñagrande

EL MODELO 2.0 DE INGESPOR



OPINIÓN:
ANTONIO CASMIRO
Programa de salud holística

REPORTAJE:
FER GONZÁLEZ
Fitness Mental

ARTÍCULO:
ALFONSO JIMÉNEZ
Estilo de vida físicamente
activo y saludable

TODO CONECTADO

UNA EXPERIENCIA DE ENTRENAMIENTO ÚNICA

eGym, líder del entrenamiento electrónico y digital



Equipamiento eGym



eGym Apps



efle-xx



Analizador de composición corporal



Equipamiento cardio



Wearables



Software de gestión



sumario

Forges, siempre Forges	5		ARTÍCULO: Importancia de las evidencias en la promoción de un estilo de vida activo y saludable	28	Mismanagement	40	
Programa de salud holística, en la empresa Única Group	6		ENTREVISTA: Pedro Robles	14	Expansión de la línea Connexus de Matrix	31	Deloitte Football Money League 2018
5º Congreso de Gestión de Centros Deportivos	8	La Palestra del Círculo de Gestores de Madrid	16		ENTREVISTA: Fco. Javier Martín del Burgo	46	
Self Improvement	9	La Tormenta Perfecta	20		El proceso de regularización de los Clubes Deportivos	48	
Ciudades Activas. Los primeros pasos para conseguir un entorno favorable	10	Visita de los Hispanos al COE	22	Sobre las Campañas de Promoción	50		
¿Qué aportan los estudios de impacto económico y social?	12	La mejora profesional utilizando Estrategias de Éxito de los mejores atletas	23	Fitness Mental	54		
		Gestores de una Época	24	Los alumnos de los colegios nos invitan a ser más activos	58		

directorio

Director de Deporcam Manuel Zambrana
Redacción Benito Pérez, Pablo Sánchez Buján
Consejero Delegado DEPORCAM Nacho Zambrana
Edita INGESPOR
 deporcam@deporcam.com
 Círculo de Gestores
 info@circulodegestores.org
Comité Científico Fernando de Andrés, César Navarro, Leonor Gallardo, Carlos Delgado, Benito Pérez, Alberto Dorado, Alfonso Arroyo, Manuel Zambrana
Impresión Copysell, S.L.
Diseño y realización AG MK Online
Depósito Legal M-12557-2011

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 Antonio Sevilla Torrecilla.
 D. Fernando Andrés Pérez.
 D. Francisco José Cuevas Morales
 D. Ricardo de las Heras Baraja
 D^a Alicia Martín Pérez
 D. Manel Valcarce Torrente
 D. Pablo Sánchez Buján

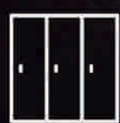


La marca de la gestión forestal responsable



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

Más de 20 años
creando espacios
wellness



Vestuarios



Spa



Actividades
dirigidas



Cross
Training



Cuerpo
mente

THOMAS
WELLNESS GROUP

thomas.es



Nacho Zambrana

Forges, siempre Forges

Vuelvo a pedir las mismas disculpas y por los mismos motivos que tenía en el pasado número. Sigo ocupando esta tribuna que no me corresponde, deseando que cuanto antes, Don Manuel Zambrana, vuelva a ser el único protagonista de su publicación, pues ya son más de tres meses los que lleva en la UCI del hospital Puerta de Hierro.

Cada día, cada semana, cada mes, son multitud los que nos hacen llegar a nuestro correo el deseo de su pronta recuperación, y él cada día, hora tras hora, sigue esforzándose para conseguirlo.

En el editorial del pasado número hablaba sobre la profesión que las siglas del INEF atesoran. Han sido numerosos los comentarios favorables apoyando el tema tratado, pues creo que hay una gran mayoría de profesionales que no ven en la nomenclatura o definición de "Educador físico deportivo", todo lo que su alcance profesional conlleva. Y no digamos ya la carencia de una regulación profesional que garantice la seguridad para el consumidor de cualquier servicio relacionado con ésta.

Nuestra profesión siempre ha despertado interés y cariño por grandes genios, pues sin duda tiene un alcance universal, qué sería de nuestra sociedad sin el Deporte y lo que representa.

El pasado 22 de Febrero nos dejaba Antonio Fraguas de Pablo, sin duda un genio al que se le conocía por Forges.

Como homenaje y agradecimiento a su reconocimiento para con nuestra profesión, traemos hoy una de sus viñetas que nos define con aplastante clarividencia.



Siempre gracias, querido GENIO.

Programa de salud holística en la empresa Única Group: Única Activa premio Agesport y NAOS 2016



Antonio J. Casimiro
Doctor en CAFD, Profesor Titular de UAL y Coordinador General de Única Activa

La salud laboral tiene por objeto conseguir el más alto grado de bienestar físico, psíquico y social de los trabajadores en relación con las características y riesgos derivados del lugar de trabajo y el ambiente laboral. Nuestro programa lo llevamos a cabo en Única Group, que es el primer exportador de hortalizas de España. Actualmente se exporta a más de 25 países con una facturación que supera los 250 millones de euros. Además, Única Group se encuentra integrada dentro del grupo AN, en conjunto constituyen la primera cooperativa de España por volumen de facturación superando los 1.025 millones de euros.

El objetivo principal de “Única Activa” es fomentar el bienestar, la salud integral y la calidad de vida de sus trabajadores, tras analizar la implantación de un programa de Actividad Física en la empresa desde el año 2010 sobre la salud, la repercusión económica y procesos de Incapacidad Temporal.

El estudio inicial fue llevado a cabo con envasadores cuyo objetivo laboral es la selección y embalaje del producto en bipedestación con posturas mantenidas y la realización de movimientos repetitivos. En dicho sector hortofrutícola la región anatómica más frecuentemente lesionada es la espalda, con un porcentaje de lesiones entre el 34 y el 53% del total.

Nuestra hipótesis del primer programa de intervención es que la implantación de un programa de actividad física en la empresa (escuela de espalda y relajación) repercutirá de manera favora-



“el estudio inicial fue llevado a cabo con envasadores cuyo objetivo laboral es la selección y embalaje del producto en bipedestación con posturas mantenidas y la realización de movimientos repetitivos”

ble sobre la salud de los trabajadores, reduciendo su absentismo laboral debido a patologías osteomusculares, disminuyendo su dolor corporal y la limitación en sus actividades diarias, lo que conducirá a beneficios económicos para el trabajador, empresa y mútua.

Un total de 129 trabajadores participaron en el programa que se desarrolló en sesiones de 30 minutos de duración, dos días por semana, durante seis meses. Tras su ejecución, se obtuvieron algunas conclusiones como:

. Mejora de su calidad de vida relacionada con la salud (Escala SF-36), destacando:

- Redujo las limitaciones provocadas por su salud física en el desarrollo de su trabajo, y mejor su rendimiento laboral (dimensión rol físico).
- Redujo el dolor corporal en los participantes y atenuó su efecto negativo sobre su trabajo habitual (dimensión dolor corporal).
- Redujo las limitaciones que su estado de salud les imponía para el desarrollo de su vida social a la vez que actu como agente preventivo de que se produjera un aumento de las mismas (dimensión función social).

. Aumentó su extensibilidad isquisural, mejorando su salud raquídea y disminuyendo su dolor lumbar.

. Disminuyó las duraciones medias de sus procesos de Incapacidad Temporal para todas las causas, con especial repercusión en las de origen osteomuscular, disminuyendo sus costes.

. Repercutió favorablemente sobre la productividad laboral al disminuir a menos de la mitad las jornadas de trabajo perdidas por causa osteomuscular, a la par que sus repercusiones económicas (1,5 millones de euros anuales se ahorraría el sector agrícola almeriense si todas las cooperativas implantasen estos programas de salud raquídea).

A partir de este estudio científico que justifica dicha hipótesis hemos continuado implantando nuevos programas de intervención más ambiciosos y con un componente holístico debido fundamentalmente al gran incremento de la motivación intrsica del personal (les gusta y lo demandan), así como el aumento del sentido de pertenencia (orgullo de pertenecer a esta empresa), etc. Entre las actividades que llevamos a cabo destacan escuelas de espalda para trabajadores de almacén, gimnasio en el centro de trabajo, fomento de actividades saludables como uso de escaleras, cursos de mindfulness, carteles de higiene postural y ejercicios compensatorios en la oficina y el invernadero, distribución de cajas con comida saludable, cribados de cáncer de coln, cursos de gestión de estrés, convivencias físico-deportivas con más de 500 trabajadores, clubes de senderismo, ciclismo, pádel o running, fines de semana activos, ...).

Para la dirección de la empresa este proyecto también representa un modo de fidelizar a las cooperativas y a los trabajadores y socios, un modo de aumentar el vínculo con ellas más allá del precio del producto o la exportación del mismo. Supone, sobre todo, una

herramienta que estimula el orgullo de pertenencia a la organización, tocando las "fibras sensibles" de sus trabajadores al sentir y vivenciar acciones reales de atención personalizada dirigidas hacia su bienestar; o sea, el trabajador se percibe valorado como persona mucho más que por su productividad laboral.

La disponibilidad de recursos humanos (coordinadores en cooperativas), el uso de la intranet y las redes sociales y, muy especialmente, la disposición de alta tecnología como el canal única activa de la APP o las aplicaciones móviles de seguimiento o control de actividad física, descanso y nutrición constituyen el auténtico ADN de este ambicioso proyecto que continua en 2018.

En definitiva, se trata de un programa novedoso, único, innovador y riguroso, avalado por una tesis doctoral y varios artículos científicos, cuyos resultados han favorecido una adherencia al programa y una continuidad del mismo en estos últimos años, con el incremento de diferentes propuestas en dirección hacia una empresa saludable.

Todo ello ha sido recompensado por el reconocimiento de los premios de AGESPORT 2016 a la innovación deportiva en Andalucía así como el prestigioso premio de NAOS del Ministerio de Sanidad en el ámbito laboral como mejor programa de salud laboral en España.

Fundamentación del programa

Algunos datos que fundamentan nuestro trabajo son:

. Numerosos estudios demuestran una clara correlación entre práctica física y otros hábitos de vida saludable con mejora de la productividad en el puesto de trabajo.

. Demanda de ejercicio físico por parte de los trabajadores como una posibilidad para compensar el esfuerzo natural del trabajo.

. Los indices de práctica física en el ámbito laboral en España son minoritarios con respecto a otros países y esto conlleva a todo tipo de enfermedades y absentismo laboral. ◀

Nota: Este estudio es el resultado del proyecto financiado por el Consejo Superior de Deportes (CSD): SALUD INTEGRAL EN LA EMPRESA: PROGRAMA DE ACTIVIDAD FÍSICA Y DE PREVENCIÓN DE RIESGOS PSICOSOCIALES EN EL ÁMBITO LABORAL (Referencia: 34/UPB20/10) y de un contrato de investigación y desarrollo entre nica Group y la Universidad de Almería: "ACTIVA TU EMPRESA. PROGRAMA DE ACTIVIDAD FÍSICA SALUDABLE PARA TRABAJADORES", que dio lugar a una tesis doctoral defendida por Antonio Nievas (2014).



5º CONGRESO DE GESTIÓN DE CENTROS DEPORTIVOS CAR DE SANT CUGAT DEL VALLÉS (Barcelona)

Organizado por:

WUICS
« Supporting people »

Programa del congreso:

Miércoles 30 de mayo de 2018	
08:30h - 09:15h	Recepción de los congresistas y recogida de acreditaciones
09:15h - 09:30h	Presentación del 5º Congreso de Gestión de Centros Deportivos por Pere Solanellas
ÁREA TEMÁTICA 1: NUEVAS TENDENCIAS EN EL SECTOR DEL FITNESS	
Nuevas tendencias en el sector: Gyms online, Actividades Dirigidas y Digital Gyms	
09:30h - 10:00h	Orlando Pérez (Director General de Ictiva) Juan Erroz (General Manager de AEFA Les Mills) Remo Passani (Digital Product Manager de Matrix)
10:00h - 10:30h	
10:30h - 11:00h	
11:00h - 11:45h	Coffee Break
ÁREA TEMÁTICA 2: GYMS PREMIUM	
Gyms Premium en el sector del fitness	
11:45h - 12:45h	Javier Pellón (Consejero Delegado de Metropolitan) Josep Viladot (Consejero Delegado de Holmes Place)
12:45h - 13:30h	
13:30h - 15:30h	Comida
ÁREA TEMÁTICA 3: CLUBS Y GYM BOUTIQUES	
Clubs multideportivos y gyms boutiques	
15:30h - 16:30h	Elisenda Pascual (Gerente del Club Natació Sant Andreu) Victòria Argila (Gerente del Real Club de Polo de Barcelona) Dídac Font (Director General de Reburn Studio)
16:30h - 17:15h	
17:15h - 18:00h	

Con la colaboración de



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

SELF IMPROVEMENT

REFLEXIONES PARA EL CRECIMIENTO PERSONAL DE LOS GESTORES

142 . Autocontrol para servir mejor

“Qué importante es acostumbrarse a terminar las cosas” me decía un fontanero que había hecho unos arreglos en la oficina. Por cierto, una persona solvente, cuidadosa, limpia y ordenada. Pensé en lo que habíamos comentado y en los posibles motivos por los que era una persona tan apreciada en el barrio donde está ubicado. ¿Cómo no se van a fiar de él, que pregona y practica eso de terminar bien sus labores, aunque le cueste esfuerzo?

Pensé en la importancia del autocontrol, del dominio sobre “el ya vale” que nos lleva a actuar chapuceramente y hasta contra nuestros ideales. Pensé en la necesidad de tener bajo control todo lo que hacemos para no dejarnos llevar por las apetencias desordenadas y los hábitos negativos no deseados. Concluí que tenemos que ganar en auto control empezando por aplicarnos en terminar siempre lo que tenemos entre manos y cuidando las cosas pequeñas. Evidentemente, ello cuesta sacrificio, pero vale la pena.

Se me ocurre que, algunos detalles prácticos para acometer este proceso de mejora en autocontrol, pueden ser:

- Privarse voluntariamente de cosas superfluas y, a veces, hasta de lo que nos parece bueno y necesario, mientras no suponga molestia para los demás
- Moderación y dilación en la satisfacción de los apetitos.
- Prudencia al actuar en momentos de enfado.
- Paciencia ante las incomprensiones por parte de los demás, o sus formas de ser y actuar; sus defectos, actitudes y falta de capacidades.
- Culminar las tareas cuidando los pequeños detalles y sin buscar el aprecio o el reconocimiento por parte de los demás.
- Dominar la concupiscencia de la carne y de los sentidos con pequeños actos de templanza y sobriedad,

Estoy convencido de que incorporar esos detalles a nuestro comportamiento habitual con visión de servicio, es el proceso que conduce a culminar una “vida heroica” accesible a todos, puesto que se centra en las cosas pequeñas de la vida diaria.

RUNNING ON INNOVATION

PAVIMENTO PABELLONES

CÉSPED ARTIFICIAL DEPORTIVO

PISTAS DE ATLETISMO

EQUIPAMIENTO DEPORTIVO

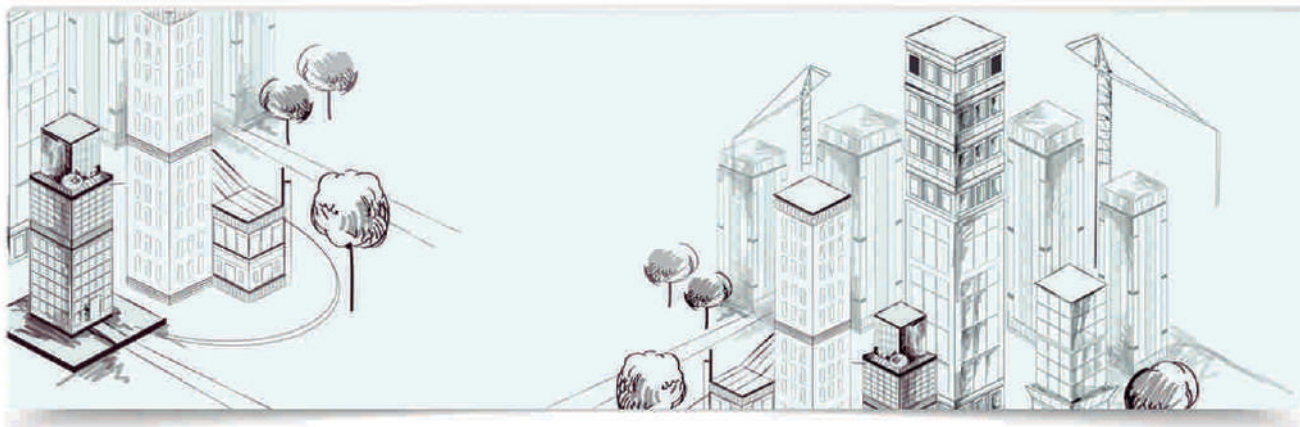
CÉSPED ARTIFICIAL DECORATIVO

PANTALLAS LED



MONDO
SPORT & FLOORING .

   www.mondoworldwide.com



Ciudades Activas. Los primeros pasos para conseguir entornos saludables



Leonor Gallardo
Conferenciante, escritora
y CEO del Grupo IGOID

Autores: Leonor Gallardo, Jorge García-Unanue, Javier Sánchez-Sánchez, José Luis Felipe, Manuel León-Jiménez y Enrique Colino

La creación de espacios y entornos que contribuyan a la práctica deportiva en la rutina y el día a día de las personas es un tema de gran actualidad. Sin embargo, son muchas las perspectivas y dimensiones desde las que se puede abordar, y existe una amalgama de conceptos e ideas que no quedan del todo claras. Urbanismo sostenible, ciudades inteligentes o entornos saludables son algunos de los conceptos más utilizados. De forma resumida, podríamos decir que desde el punto de vista del área de deportes consiste en facilitar la práctica deportiva a través de soluciones urbanísticas y tecnológicas, que aumenten la accesibilidad total y la conectividad en la red de espacios deportivos.

Sin embargo, esto es realmente complejo una vez se pone en práctica, y muchas de las ideas y proyectos caen en saco roto al no conseguir una buena acogida por la población o porque no se planificaron previamente los recursos necesarios para su continuidad. Esto no quiere decir que no sea

“Urbanismo sostenible, ciudades inteligentes o entornos saludables son algunos de los conceptos más utilizados, y desde el punto de vista del área de deportes consiste en facilitar la práctica deportiva a través de soluciones urbanísticas y tecnológicas, que aumenten la accesibilidad total y la conectividad en la red de espacios deportivos”

bueno arriesgarse con nuevos proyectos, y que muchos pueden no funcionar. Lo que queremos decir es que proyectos que deberían haber funcionado, no lo hacen porque no vinieron acompañados de un plan de adecuación, marketing o sostenibilidad. Por ello, IGOID-SPORTEC ha planteado un protocolo y pautas que permitirían abordar la creación de este tipo de ciudades de una forma más fiable, comenzando con la construcción de lo que denominamos Ciudad Activa.

Paso 1. Investigación

Como todo proyecto empresarial, un proyecto de innovación que requiera del uso y generación de recursos requiere de una investigación de mercado previa. Una radiografía de la situación actual del deporte en el municipio, en todas sus dimensiones, que doté de información para poder orientar los resultados a estrategias y acciones concretas. Por ello, una investigación que sirva como inicio para la construcción de una ciudad activa contiene los siguientes puntos:

- **Investigación de hábitos** y percepciones. Se debería conocer el tipo y alcance de la práctica deportiva que se realiza en el municipio, además de cuantificar la percepción sobre de la oferta de instalaciones y servicios deportivos. Para este objetivo, la utilización de preguntas que reflejen la valoración e importancia (como el importance-performance analysis, IPA) puede agilizar y simplificar mucho la tarea.

- Investigación cualitativa. Seguro que en el municipio hay personas con mucha experiencia e información sobre la situación del deporte. A estas personas se les debe identificar como informantes clave, que se entrevistarían a través de una entrevista- semiestructurada. Los resultados no tienen que ser el resumen de la entrevista, sino que se tendrían que analizar mediante una transcripción y tabulación de datos con una metodología inductiva.

- Censo de instalaciones deportivas y espacios facilitadores. Los censos a nivel nacional han dejado de ser una realidad. Sin embargo, esta tarea se debe seguir haciendo a nivel municipal. Además de la identificación y caracterización de las instalaciones deportivas más convencionales, hay que sumar las áreas de actividad y espacios coyunturales urbanos y naturales que faciliten la práctica deportiva en la rutina diaria.

- Análisis geográfico deportivo. Como complemento al estudio anterior, se deben posicionar las diferentes instalaciones y espacios facilitadores sobre el plano y geografía del municipio, marcando con diferentes intensidades su área de influencia determinada por el tiempo de desplazamiento. De esta manera, se localizarán los puntos más críticos y la accesibilidad a la práctica de todos los sectores de la ciudad.

Paso 2. Plataforma de participación

Una vez conocida la situación actual, la siguiente tarea es aplicar la conectividad y la participación, a través de los conceptos tan actuales de smart city. A través de una plataforma online, se podrían plantear acciones o retos que promuevan la práctica de actividad física entre la población local utilizando la estrategia de gamificación del deporte. Las diferentes aplica-

“IGOID-SPORTEC propone por ejemplo la evaluación completa del rendimiento para clubes locales y el protocolo Active Health Sportec, que consiste en la evaluación individual de alumnos de escuelas deportivas con parámetros transversales como el equilibrio postural, la lateralidad o el fitness cardiorespiratorio”

ciones que existen en la actualidad permitirían la cuantificación de los indicadores. Los premios se reflejarían en accesos y entradas para realizar otro tipo de actividades deportivas en la localidad.

Paso 3. Apoyo a sectores deportivos

Por último, se debe incluir y fortalecer la modernización de los sectores deportivos clásicos: clubes y escuelas deportivas. En la actualidad existe un gran desfase en las posibilidades que la tecnología ofrece a la evaluación y el entrenamiento a todos los niveles de competición y el uso real que se hace de la misma. Sin embargo, existen empresas y entidades que eliminan esa brecha, y pueden apoyar a estos colectivos dotando de mayor información para mejorar la práctica.

IGOID-SPORTEC propone por ejemplo la evaluación completa del rendimiento para clubes locales y el protocolo Active Health Sportec, que consiste en la evaluación individual de alumnos de escuelas deportivas con parámetros transversales como el

equilibrio postural, la lateralidad o el fitness cardiorespiratorio.

Paso 4. Distintivo para la ciudad

Para finalizar, siempre es necesario premiar y fortalecer esta iniciativa a través de estrategias de imagen, que den valor y visibilidad al esfuerzo desarrollado, y le den continuidad. La mejor forma de lograr esto es a través de un sello que certifique el proyecto desarrollado, al mismo tiempo que permita margen de mejora para que el proyecto siga redefiniéndose año tras año, en un proceso de mejora continua. IGOID-SPORTEC ya utiliza su propio sello de Ciudad Activa en tres niveles, uniéndose a las diferentes iniciativas que se desarrollan en la actualidad en materia de promoción deportiva. ◀



¿QUÉ APORTAN LOS ESTUDIOS DE IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL?

EL CASO DEL MUTUA MADRID OPEN SE HA CONVERTIDO EN UN REFERENTE DE ÉXITO EN LA COLABORACIÓN ENTRE UNIVERSIDAD Y EMPRESA



Pablo Burillo
Universidad Europea



Álvaro Fernández
Universidad Europea

Madrid está de enhorabuena. El Mutua Madrid Open (MMO), el evento deportivo anual más importante de la ciudad, atrajo en su pasada edición de 2017 a un total de 260.000 asistentes, convirtiéndose en uno de los **ATP World Tour Masters 1000 y WTA Premier Mandator** más importantes de Europa. El incremento en el número de espectadores crece a un ritmo superior al 6% cada edición y, además más de un 50% provienen de fuera de la Comunidad de Madrid, estableciendo una cifra record en cuanto a asistentes residentes en el extranjero (21,4%).

Pero, el esfuerzo por superarse año tras año no es fruto de la casualidad. La organización intenta renovarse con cada torneo, implementando nuevas estrategias y acciones, fruto de informes sobre las opiniones y percepciones de sus asistentes. Es decir, que la toma de decisiones de muchas de las nuevas propuestas y cambios se hacen en base a datos científicos y empíricos gracias a los estudios de Impacto Económico y Social. Ya en 2016, el torneo se puso en contacto con en el Grupo Investigación en Gestión Deportiva de la Universidad Europea (Sport Management Research Group) para plantearle una colaboración consistente en realizar un estudio que evalúe el impacto económico y social del evento. Esta colaboración, además de hacer un trabajo de consultoría, involucra a multitud de estudiantes de esta universidad el proceso de toma de datos in situ, así como en su posterior análisis. El análisis de los resultados referente al gasto y la satisfacción, sirvió de manera de-


cidida al comité organizador a que tuviera datos fiables y de primer nivel, a la hora implementar nuevos retos y crecer de forma sostenible hacia aquello que demanda el espectador.

La presente edición de 2018 será la tercera ocasión en la que alumnos y profesores de las diferentes titulaciones de la Facultad de Ciencias del Deporte y de la Escuela Universitaria Real Madrid llevarán a cabo la investigación durante los 10 días de torneo. Sin duda, se trata de una línea pionera de cooperación entre universidad-empresa, que puede ser extrapolada a otros eventos, áreas y/o territorios. A continuación, se exponen los principales resultados-/conclusiones del informe.

PRINCIPALES RESULTADOS ASISTENTES: De este estudio se obtuvo que 46% de los asistentes al torneo MMO provenían de Madrid y su Comunidad, el 32,6% de otras regiones de España, mientras que un 21,4% residían de fuera del país (en este último caso se constató un incremento del 5% de asistentes extranjeros respecto a la edición previa). 2 de cada 3 asistentes eran hombres, de nivel socioeconómico medio y unos ingresos familiares mensuales entre 1.000 y 4.999€.

Además, el evento tiene la capacidad de atraer a un significativo número de nuevos espectadores, ya que 41% de los encuestados era para primera vez que asistían, además de que para el 30% esta fue su primera experiencia de tenis profesional. Igualmente, el MMO representa un modo válido para atraer turismo a Madrid (el 91% de los

“La organización intenta renovarse con cada torneo, implementando nuevas estrategias y acciones, fruto de informes sobre las opiniones y percepciones de sus asistentes; así la toma de decisiones de muchas de las nuevas propuestas y cambios se hacen en base a datos científicos y empíricos gracias a los estudios de Impacto Económico y Social.



asistentes visitaría Madrid de nuevo) y una valiosa oportunidad de generar ingresos adicionales para la ciudad (el 92% de los asistentes recomendaría Madrid como destino turístico).

IMPACTO ECONÓMICO: El Impacto Económico del MMO de 2017 fue de 107,4 millones de €, de los cuales 87 millones han sido generados directamente por la celebración del torneo. Los asistentes extranjeros son los que mayor gasto realizan, cercano a los 30 millones de durante su estancia en Madrid, de unos 4 días de media. El gasto medio de los asistentes extranjeros aumentó en un 20% respecto a 2016, mientras que, entre los asistentes españoles, el gasto medio aumentó un 8,5% (Tabla 1).

Tabla 1. Media de gastos (€) entre los tres grupos y gasto medio por espectador.

GRUPO DE PROCEDENCIA	GASTO 2017 (€)	DIFERENCIA VS. 2016 (€)
Madrid y Comunidad	117	+12
España (resto regiones)	293	+14
Extranjeros	1.146	+197
Gasto Medio	394	+95

SATISFACCIÓN: La satisfacción de los asistentes es elevada en todos los apartados (área de comida, zona comercial, seguridad, o la atmósfera del evento, entre otros) destacando un 89% de satisfacción positiva con el torneo, 86% de satisfacción con la calidad de los partidos y 89% de satisfacción con la calidad de los jugadores.

ÁREA DIGITAL: El área digital y los perfiles de redes sociales del MMO han

demostrado ser excelentes plataformas de difusión, tanto para el torneo como para la ciudad de Madrid. Los seguidores se han incrementado sustancialmente, con porcentajes de crecimiento respecto al 2016 del 32,6% en Facebook, 60,8% en Instagram y 28,9% en Twitter.

CONCLUSIONES

El estudio nos permite incidir en la buena salud del torneo con la ciudad de Madrid, tanto por el impacto económico generado, así como por la satisfacción de los asistentes. Las excelentes calificaciones del MMO y de Madrid como ciudad acogedora del evento, crea una alianza ganadora entre una importante capital mundial y un reconocido evento deportivo. Sin duda, evaluar un evento de estas características es un reto para la una institución educativa como la Universidad Europea, pero gracias al trabajo conjunto de estudiantes y profesores hemos podido comprobar que puede servir en primer lugar como una excelente formación fuera del aula, y en segundo como un servicio de consultoría que la universidad puede proporcionar a diferentes instituciones deportivas. ◀

“el estudio nos permite incidir en la buena salud del torneo con la ciudad de Madrid”



ENTREVISTA

Pedro Robles

15 años en la élite del baloncesto



Benito Pérez González
benitoperezgonzalez@gmail.com

“En el aula y en la pista impartiendo magisterio”

DEPORCAM: Eres el ejemplo de deportista de élite que no desaprovechó la oportunidad de formarse académicamente para el día después. ¿Qué le aporta a un deportista profesional seguir estudiando?

Pedro Robles: Para un deportista profesional formarse sirve para poder tener una ocupación en el momento de acabar la carrera profesional. Es importante estar preparado para acceder al mundo laboral una vez que se da por finalizada la carrera deportiva. También sirve hacernos ver que hay otra vida después y no dejar al deportista meterse en la burbuja del reconocimiento público y el dinero.

DEPORCAM: Siendo maestro de educación física y graduado en educación primaria tiene muy presente la importancia de la actividad física y de los hábitos saludables en nuestros niños y jóvenes. ¿Cómo podemos conseguir que nuestros pequeños adquieran há-

bitos que no abandonen al llegar a la edad adulta?

Pedro Robles: Con dar ejemplo de ese tipo de vida es suficiente, vivimos en el mundo de la tecnología y cada vez más los niños pasan las tardes y, muy especialmente, los fines de semana con el móvil o con los videojuegos. Es nuestra labor enseñarles el medio natural y la práctica de algún deporte, por sí solos o en familia.

DEPORCAM: Uno de los hechos que más me llama la atención del deporte en edad escolar es que muchos padres no dejan disfrutar en plenitud a sus hijos: protestas a los árbitros, consignas desde la grada o quejas tras un fallo están totalmente normalizados. ¿Tiene solución este problema?

Pedro Robles: Pues sinceramente creo que tiene difícil solución. Por más que aparecen consejos para el buen comportamiento de los padres, sigue habiendo padres que centran sus iras contra los árbitros y padres entrenadores que no dejan de dar instrucciones a sus hijos como si fuesen el entrenador, consiguiendo hijos que no paran de mirar a sus padres durante el partido buscando aprobación después de alguna acción, cuando no deberían mirar jamás

hacia la grada esperando un “consejo” nuestro.

DEPORCAM: Entraste con 12 años a la mítica Cantera del Estudiantes donde progresaste hasta llegar al primer equipo, para comenzar una larga y exitosa carrera en la élite del baloncesto de 11 años en la ACB y 4 en la LEB, siendo un consumado especialista en el tiro -ganó el concurso de triples de la ACB en 2009-10-. ¿Cuáles son los mejores recuerdos de tu carrera?

Pedro Robles: Afortunadamente tengo muchos recuerdos estupendos de todos esos años. Ya solamente el hecho de jugar en la mejor liga de Europa tanto tiempo es una recompensa increíble a muchos años de trabajo. Obviamente vivir finales y conseguir algún título son recuerdos importantes, pero también lo son partidos concretos o situaciones que no quedan en el palmarés.

DEPORCAM: Ha pasado por diferentes equipos de nuestra liga: Estudiantes, Pamesa Valencia, Gijón, Tenerife, Murcia, Cáceres. Una gran experiencia que le habrá permitido conocer diferentes estilos de gestión de club, de liderazgo en los banquillos, etc.

“el hecho de jugar en la mejor liga de Europa tanto tiempo es una recompensa increíble a muchos años de trabajo.”

¿Cuáles son las mejores prácticas que ha podido observar a lo largo de su carrera?

Pedro Robles: Si, he estado en clubes muy diferentes en ese aspecto. Estudiantes era un club familiar al principio, y poco a poco su plantilla de trabajadores y sus departamentos fueron creciendo y adaptándose a las necesidades que generaba un club con esa masa social detrás.

Gijón apenas tenía 5 trabajadores en la oficina, al igual que muchos clubes pequeños a finales de los años 90. Poco a poco los clubes han ido creciendo y desarrollando estrategias de marketing para conseguir más aficionados y patrocinadores que les ayuden a mantener a los equipos económicamente ante la falta de apoyo institucional.

DEPORCAM: No me resisto a preguntarle por las dificultades que está teniendo el baloncesto: crisis de las ventanas de la FIBA, bajo balance competitivo de la ACB, conflictos de la patronal y la ABP, formación de jugadores seleccionables, etc...

Pedro Robles: El resumen de todos estos conflictos es que cada estamento mira por sus intereses sin importarle el de los otros y lo que es peor, el del baloncesto en general. Los que toman las decisiones en estos aspectos deberían ser más empáticos por el bien del baloncesto, pero entiendo que hay muchos intereses económicos que no lo hacen posible.

DEPORCAM: Tras 15 años como profesional ha comenzado su carrera como profesor en el Colegio Estudiantes Las Tablas y como entrenador personal de baloncesto. Se resistió a dejar del todo su faceta como jugador y hasta el año pasado compitió en Liga EBA con el HM Baloncesto Torreldones. ¿Qué hace Pedro Robles para seguir estando en tan buena forma?

Pedro Robles: Efectivamente, HM Torreldones es un club importante en la Comunidad de Madrid, lleva haciendo las cosas muy bien durante bastantes años y tiene proyectos ambiciosos y



atractivos para jugadores y entrenadores, me ofreció la posibilidad de ayudar al equipo EBA cuando era entrenador de un equipo de su cantera y me apetecía jugar, por lo que estuve en el equipo durante 2 temporadas, sobre todo ayudando a jugadores jóvenes a su formación. Eso me ayudó en ese tiempo a estar en forma, algo más complicado cuando y te metes en la dinámica de un trabajo “normal”, con jornadas más largas y menos tiempo para uno mismo.

DEPORCAM: Pedro Robles pertenece a la plataforma Entrenar.me, en la que ofrece su servicio como entrenador personal de baloncesto. Las Redes Sociales facilitan nuevos canales de comunicación entre oferentes y demandantes. ¿Cómo enseña a alguien a tirar sus “triples imposibles”?

Pedro Robles: Con mucho tiempo y esfuerzo. El tiro es una destreza que se tarda mucho tiempo en mejorar; se necesitan muchas horas de entrenamiento en solitario para poder tener un porcentaje decente y por otra parte es un aspecto del juego fundamental para cualquier jugador, sea profesional o amateur.

Entrenar.me es una plataforma estupenda para gente que busca un entrenador para mejorar en diferentes aspectos y uno de ellos es el baloncesto. Cada vez más jugadores quieren entrenar de forma individual aspectos que no entrenan con sus equipos por falta de tiempo o de organización de su entrenador. La técnica individual es una parte fundamental de la formación de cualquier jugador y hay una gran demanda.

En la actualidad entreno a más de 30 jugadores de todas las edades de forma individual durante la semana, intentando ayudarles a mejorar en los aspectos de su juego que más necesitan reforzar.

En verano esta demanda continua y también entreno a jugadores profesionales que quieren llegar en forma a la pretemporada de sus equipos y mejorar aspectos de su juego que no pueden trabajar durante la temporada debido al calendario de partidos. ◀

JORNADA GESTIÓN DEPORTIVA DE VALGO



El pasado viernes, 2 de marzo, el Círculo de Gestores Deportivos de Madrid estuvo presente en la 8ª Jornada de Gestión Deportiva. Donde muchos asociados junto a alrededor de 200 profesionales de la gestión deportiva disfrutaron de la Jornada realizada por Valgo, miembro del Comité Benefactor del Círculo de Gestores.



Este evento organizado por Valgo, patrocinado por Precor, T-Innova y Fitbe, contó con la colaboración de Universidad Europea, COPLEF, FAGDE y nuestra asociación. La Jornada giró entorno a la Innovación y Experiencia al cliente, con nuevas tendencias y adaptaciones para las instalaciones deportivas y gimnasios.

Tras la presentación de la Jornada de la mano de D. Francisco López Varas, Decano de la Facultad de CC. De la Salud, el Ejercicio y el Deporte, se dio paso al primer bloque del programa: Innovación y Experiencia al Cliente: nuevas tendencias para las instalaciones deportivas y gimnasios. Tras el descanso, pudimos contar con la ponencia de Samuel Pérez, Business Development Manager - Global Sports Innovation Center, que trató las tendencias en tecnología y transformación digital orientadas al cliente.

Para finalizar, los asistentes pudieron disfrutar de una Mesa redonda que



contó con diferentes personalidades del sector como nuestra presidenta, Milagros Díaz, la presidenta del COPLEF Madrid, Alicia Martín y Francisco López Varas.

El Círculo de Gestores, como punto de reunión y de encuentro de los gestores deportivos públicos y privados de Madrid, continúa con su objetivo de ofrecer y dar a conocer diferentes instalaciones de la Comunidad, ofreciendo así una propuesta de valor para sus asociados.

El Círculo de Gestores Deportivos de Madrid, perteneciente a la Federación de Asociaciones de Gestores Deportivos Española, tiene como objetivo promover actividades y servicios de carácter profesional tanto para gestores públicos como privados. Más información y asociación al Círculo aquí:

www.circulodegestores.com

grupo **ingesport**

SANTAGADEA

MOYPE SPORT
European Sport Company

Círculo de Gestores Deportivos de Madrid

valgo
www.valgo.es

MATRIX

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



COMPETENCIAS CLAVES PARA GESTORES DEL S. XXI

La Tormenta Perfecta

REPORTAJE



Raquel Casero
Directora de Hi Coaching
raquelcasero@hicoaching.es

Estamos a las puertas de la cuarta revolución tecnológica, producida por el avance exponencial en inteligencia artificial, robótica, computación cuántica, internet de las cosas, impresión en 3 D, biotecnología, genética, nanotecnología, y que unida a otros factores de impacto similar, como cambios socioeconómicos, geopolíticos, demográficos y cambio climático, dará lugar en breve a lo que se ha llamado **“La Tormenta perfecta”**, a consecuencia de la cual, según el informe del World Economic Forum 2017, la disrupción tecnológica y los cambios demográficos destruirán más de siete millones de puestos de trabajo antes de 2020, dos tercios de los cuales serán rutinarios trabajos de oficina, como la mayoría de roles administrativos, mientras que solo se crearán 2 millones de puestos de trabajo en áreas como informática, matemáticas, arquitectura e ingeniería. La pérdida de puestos de trabajo afectará a muchos sectores, ya que con la tecnología actual, “Gran parte

BIOGRAFÍA

Consultora, Facilitadora y Coach especializada en Alto Rendimiento Deportivo y Ejecutivo en equilibrio, Health&Wellness Coaching y Gestión del Conocimiento.

Formación Académica y Profesional

- Coach Certificada ASESICO
- Master Oficial en Investigación en Actividad Física y Deporte, Universidad de Málaga
- Master en Coaching Personal, Ejecutivo y Organizacional, Coaching Corporation, Madrid
- Master Oficial en Dirección y Gestión de Entidades Deportivas, INEF, Universidad Politécnica de Madrid
- Licenciada en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, INEF, UPM
- Graduada en Derecho, Universidad Complutense de Madrid
- Graduada Nivel III Programa de Inteligencia Emocional Insigth, Universidad de Sta. Mónica, California
- Graduada Nivel II Programa de Entrenamiento Mental Dimensión Alfa
- Entrenadora Nacional de Atletismo

Situación Profesional y Docente actual

- Directora de Hi Coaching
- Directora Técnica y profesora de los Cursos Expertos en Health&Wellness Coaching y Competencias de Coaching para Educadores, de la Universidad Pablo de Olavide, Sevilla y de la Universidad de Granada.
- Profesora del Grado de Comportamiento Organizacional, Facultad de CC. Económicas, Universidad de Málaga.
- Profesora del Master Universitario en Coaching Ejecutivo, Universidad de Almería.
- Profesora del Master Interuniversitario en Dirección y Gestión Deportiva, Universidades de Granada y Almería.

Autora de numerosas publicaciones relativas al ámbito del Coaching.

de las tareas técnicas de los puestos mejor pagados, desde corredores de bolsa a médicos, abogados y altos cargos directivos, ya son sustituibles por un algoritmo, todo lo que pueda hacer un algoritmo, lo terminará haciendo. Las anteriores revoluciones tecnológicas automatizaron los trabajos físicos, ahora les toca a los demás, especialmente a los más rutinarios, porque si hay algo en lo que las máquinas son mejores que las personas, es en procesar las rutinas". Marta Garcia Aller "El fin del mundo tal y como lo conocemos".

En el sector al bancario, por ejemplo Deutsche Bank en noviembre de 2017 empleaba alrededor de 97.000 personas en todo el mundo, ha despedido 4.000 personas en los últimos 12 meses y su Presidente Ejecutivo John Cryan, recientemente anunciaba un recorte de otros 9.000 empleos en el futuro cercano y la mitad de todos los empleos en el mediano plazo, alegando que: "Hacemos demasiado trabajo manual, lo que nos hace susceptibles de errores e ineficiencias. En particular, el aprendizaje automático o la inteligencia artificial podrían hacer que la empresa sea mucho más eficiente". Cryan señala que muchos banqueros trabajan como robots y considera que las máquinas cualificadas deberían reemplazar a los empleados cualificados.

Las predicciones más pesimistas hablan de destrucción permanente del empleo perdido y de habilitar una renta básica universal, que apoyan agentes económicos y políticos tan influyentes como Mark Zuckerberg, Bernie Sanders o Elon Musk y las más optimistas, de creación de puestos de trabajo en áreas que todavía no han nacido. Ya hace tiempo que instituciones, organismos y expertos del ámbito socio-económico alertan de un futuro próximo donde las personas ocuparan más de quince empleos a lo largo de su vida, muchos de los cuales no existen ahora.

Sin embargo, que lleguen sistemas más eficientes de procesar la información, no significa que no vayan a necesitarse profesionales cualificados en el futuro, sino que éstos serán necesarios en puestos donde el valor añadido sea aquello que no pueden aportar las máquinas, el factor humano, aquel que hace que las personas sean capaces de comprender, empatizar y aportar emoción a otras personas, como el de líder, profesor, entrenador, coach, cuidador, profesión de la que el envejecimiento de la población traerá un creciente demanda de asistentes en salud y cuidado del hogar, la Oficina de Estadística Laboral de USA estima que estas profesiones tendrán un crecimiento de entre 426.000 y 754.000 trabajadores en los próximos 10 años.

La capacidad de navegar la vida y entornos de trabajo complejos en la era

de la información competitiva a nivel mundial, requiere el desarrollo de competencias para una vida y carrera profesional incierta y cambiante, competencias para explorar el futuro del entorno, para pensar y actuar adaptativa, preventiva y/ o proactivamente y manejar las herramientas necesarias para abordar con éxito los conocimientos tecnoeconómicos y la innovación. La empleabilidad, que es el desarrollo de conocimientos, habilidades, actitudes y compromisos que permiten impulsar la carrera profesional en un entorno cambiante, ya no depende de lo que se sabe, sino de lo que se puede aprender, de la Aprendibilidad: la curiosidad y la capacidad de aprender nuevas habilidades para mantenerse empleable a largo plazo.

Las organizaciones deportivas de la Era Conceptual

Mientras que la pérdida de puestos de trabajo será muy grave en sectores ligados al desarrollo tecnológico e informático, el sector servicios generará la mayor parte de los empleos, especialmente en las comunidades del Mediterráneo y Canarias, que experimentarán los mayores aumentos según el Índice ManpowerGroup nº 50 sobre la demanda de empleo 2017/2026.

En éste sector, el deporte se mantiene en buena forma, ya que según el Anuario de Estadísticas Deportivas que publica el Ministerio de Educación Cultura y Deporte español, el empleo vinculado al deporte ha crecido un 23% desde 2011 desde 150.000 profesionales hasta 194.000 en 2016 y la mitad de este volumen son profesionales con formación académica superior. El 89% del empleo vinculado al deporte es asalariado, aunque presenta tasas de temporalidad y de empleo a tiempo parcial más elevadas a las registradas en el total de empleo.

El empleo vinculado al deporte se caracteriza también por una formación académica superior a la media, presen-

tando tasas de educación superior más elevadas que en el conjunto nacional, 49,8% frente al 42,1%. El informe de Randstad Professionals de sept 2017 destaca la elevada empleabilidad del ciclo formativo de Grado superior de Animación de Actividades Físicas y Deportivas, con tasas de paro por debajo del 7%, y tiempos de inserción muy cortos, menos del 4% de los titulados del último año se encuentra como demandante de empleo.

Estos indicadores predicen que en el sector deporte y en sus cada vez más importantes áreas de incidencia: salud, bienestar, turismo, naturaleza, nutrición, espectáculo, etc., no solo no se producirá una pérdida significativa de empleo, sino que probablemente lo ganará y por tanto, la influencia del deporte como tractor económico y de nuevos conceptos, actividades y oportunidades, el llamado efecto Formula 1, será muy relevante.

Las competencias de los Gestores Deportivos del S XXI

Las organizaciones de la Era Industrial requerían de sus Recursos Humanos competencias técnicas para resolver problemas, que implican la puesta en juego de la inteligencia lógico-matemática, verbal y espacial, y en la Era de la Información, la economía y sociedad seguían basadas en las capacidades lógicas, lineales, computacionales, regidas mayoritariamente por el lado izquierdo de cerebro para un desempeño basado en competencias estrictamente técnicas; en la Era Conceptual economía y sociedad se basarán cada vez más en capacidades como la creatividad, la empatía o la visión global, localizadas en el lado derecho.

"El futuro pertenece a un tipo diferente de personas con un tipo muy distinto de mentalidad -creadores y empatizadores, reconocedores de patrones y dadores de sentido. Esta gente -artistas, inventores, diseñadores, narradores, cuidadores, consoladores, pensa- >>

“sin embargo, que lleguen sistemas más eficientes de procesar la información, no significa que no vayan a necesitarse profesionales cualificados en el futuro, sino que éstos serán necesarios en puestos donde el valor añadido sea aquello que no pueden aportar las máquinas”



dores con visión global, son quienes van a cosechar las recompensas más generosas de la sociedad y compartir sus mayores gozos". Daniel H. Pink, "Una nueva mente. Una fórmula infalible para triunfar en el mundo que se avecina".

Según el estudio de Manpower Group "La Revolución de las competencias" de julio de 2016, en el que se preguntó a 18.000 directivos en 43 países, sobre la posibilidad del impacto de la automatización sobre los equipos en los próximos dos años: "La creatividad, la inteligencia emocional y la flexibilidad cognitiva, son las habilidades que permitirán a las personas mejorar a los robots en lugar de ser sustituidos por ellos. Las personas tendrán cada vez más necesidad de desarrollar constantemente sus habilidades y diversificarse en nuevas áreas. Las competencias adyacentes, la agilidad y la capacidad de aprendizaje serán cruciales".

"Las competencias se han convertido en el motor principal de impulso del bienestar individual y del éxito económico en el siglo XXI. Si no se produce la inversión adecuada en el ámbito de la adquisición de competencias, los ciudadanos se ven abocados a la marginación social, el progreso tecnológico no se traduce en crecimiento, y los países no pueden competir en una sociedad basada cada vez en mayor medida en el conocimiento". Estrategia de competencias OCDE, Diagnostic Workshop with Stakeholders Cuenca, Nov.2014. Las competencias son un conjunto de atributos que una persona posee y le permiten desarrollar una acción efectiva en determinado ámbito. Es la interacción armoniosa de conocimientos, habilidades, valores, actitud y personalidad que determinan y predicen

comportamientos y sus resultados y determinan la capacidad de adaptarse, de aprender y desarrollar nuevas habilidades.

Así, en las Organizaciones de la Era del Conocimiento y Conceptual, las competencias y habilidades técnicas son obligatorias y se suponen, pero lo que verdaderamente las caracteriza y define, son las Competencias Gerenciales para Influir en los demás, que implican el desarrollo de Competencias Emocionales, Relacionales, Conversacionales y el Empoderamiento de las Personas que trabajan en ellas. La adecuada gestión de las emociones, tan determinantes en la vida del ser humano, unas veces para traicionarle, otras para encumbrarle, es la clave del valor diferencial del ser humano en el desempeño de una tarea y del desarrollo de todo el talento de su condición de ser superior en comparación con un programa de inteligencia artificial.

La formación de los Gestores Deportivos del S XXI

En la Era Conceptual, donde los territorios son redes y los ciudadanos nodos que se socializan en la red y con sus conversaciones digitales han convertido los mercados en algo transparente y global, los profesionales precisan una serie de "Competencias clave para el aprendizaje permanente", como instrumentos esenciales para garantizar una mayor flexibilidad y pertinencia del capital humano, recogidas en la Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo "Un marco de referencia europeo" (2006_962_CE).

La edición 2016 del estudio "Soft Skills 4 Talent", ManpowerGroup, con la participación de 3.791 empresas de 8 paí-

“si no se produce la inversión adecuada en el ámbito de la adquisición de competencias, los ciudadanos se ven abocados a la marginación social”

ses europeos, basado en las Competencias Transversales requeridas por el mercado de trabajo a nivel internacional, ha detectado las más demandadas por éstas empresas.

El proyecto MUNIN que, siguiendo las directrices marcadas por la Unión Europea, desarrolla la estrategia Smart Territories en la Comunidad de Madrid, gestionado por la Plataforma Apertum Digital para la Federación de Municipios de Madrid, "para impulsar Municipios Inteligentes, ciudadanos digitales y una sociedad del bienestar, con el fin de generar riqueza y conocimiento", ya ha comenzado el despliegue en administraciones y empresas del "Catálogo de Programas y Acciones Formativas sobre Competencias Clave para empresas de la Era Digital", desarrollado por

Hi Coaching para atender la formación del Capital Humano en la región.

Partiendo de las Ocho Competencias Clave del Marco de Referencia Europeo, para la estructuración metodológica del itinerario formativo, hemos identificado las Competencias Transversales a todas ellas: el pensamiento crítico, la creatividad, la capacidad de iniciativa, la resolución de problemas, la evaluación del riesgo, la toma de decisiones y la gestión constructiva de los sentimientos, y las hemos clasificado de acuerdo con las competencias más demandadas por las empresas según el "Soft Skills 4 Talent", agrupándolas en los siguientes bloques:

El factor que hace especialmente interesantes las perspectivas de crecimiento del sector deportivo - la mayor parte de los servicios deportivos se basan en la interacción con personas, a su vez, se puede convertir en un gran handicap, si los profesionales no están adecuadamente capacitados para soportar las consecuencias de la cuarta revolución y aprovechar las oportunidades que ofrecerá a nuestro sector.

Por ello, el desarrollo de estas competencias en los profesionales del deporte, es crucial para la cualificación y diferenciación de aquellos que sean capaces de desplegar todo su talento en la interacción con otras personas, en

BLOQUE I RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS	BLOQUE III COMPETENCIAS DE GESTIÓN	BLOQUE II ACTITUD PROACTIVA Y RESPONSABLE
Resolución de problemas 69% Toma de decisiones 51% Creatividad 42% Flexibilidad cognitiva 38% Pensamiento crítico 37%	Orientación a objetivos 58% Aprendizaje activo 51% Resiliencia 40% Orientación al servicio 29% Seguimiento y control 27%	Colaboración 57% Inteligencia emocional 50% Gestión de personas 39% Negociación 31% Transmisión de conocimientos 23%
BLOQUE IV COMPETENCIAS DIGITALES Gestión de la información y comunicación 31%		

“en las Organizaciones de la Era del Conocimiento y Conceptual, las competencias y habilidades técnicas son obligatorias y se suponen”

definitiva, para la aportación de valor diferencial en unos servicios deportivos basados en el factor humano y el liderazgo de influencia, que establece un marco de relación acorde con la motivación de compromiso con las personas, primera señal de identidad del deporte. ◀

Expertos en Proyectos de Rotulación y Señalética de Centros Deportivos

CREACIÓN Y DISEÑO
DESARROLLO DEL PROYECTO
MONTAJE FOTOGRÁFICO
FABRICACIÓN E INSTALACIÓN

91 519 43 04
 administracion@agmk.es

www.agmk.es

Sta. Hortensia, 48 - 28002 Madrid

VISITA DE LOS HISPANOS AL COE PARA LA ENTREGA DE LA ORDEN OLÍMPICA Y LAS INSIGNIAS OLÍMPICAS

El 3 de abril, a las 12:30 h., el presidente del Comité Olímpico Español, Alejandro Blanco, hizo entrega en la sede del COE de la Orden Olímpica a Miguel Roca, vicepresidente de la Federación Internacional de Balonmano; de las Insignias Olímpicas a Javier Cuesta, presidente de Correos; Javier Zuriarrain, vicepresidente de la Real Federación Española de Balonmano; y Begoña Fernández, ex-jugadora internacional y Embajadora del Balonmano Femenino español; y de la Medalla del Comité Olímpico Español a Aitor Ariño, integrante de los Hispanos.

Los Hispanos acudieron a un acto en el que, a su conclusión, se rindió homenaje a Albert Rocas, jugador que definitivamente abandona la práctica del balonmano y que acumula un palmarés brillante, amén de ser uno de los grandes capitanes históricos de la Selec-

ción Española de balonmano:

- Medalla de Oro en el Campeonato del Mundo de Túnez 2005
- Medalla de Plata en el Campeonato de Europa de Suiza 2006
- Medalla de Bronce en los Juegos Olímpicos de Pekín 2008
- Medalla de Bronce en el Campeonato del Mundo de Suecia 2011
- Medalla de Oro en el Campeonato del Mundo de España 2013
- Medalla de Bronce en el Campeonato de Europa de Dinamarca 2014

GO fit, patrocinador de los Hispanos, se congratula de este galardón y le desea a Albert Rocas lo mejor en su nueva vida como ex-profesional. ◀



En copysell *estamos con el Deporte*
Producción Gráfica 360°

- Gran Formato (impresión + montaje)
- Lonas, vallas publicitarias, vinilado y decoración de espacios (Gimnasios, pistas de paddle, tenis, fútbol, etc)
- Imprenta (pequeñas y/o grandes tiradas)
- Flyers, carpetas, carnets de socio, tarjetas de fidelización...
- Personalización de Equipaciones Deportivas
- Merchandising

Grandes descuentos por volumen de compra

Atención al cliente
91 641 81 37
atencionclientes@copysell.com

Impresión Offset Offset Digital Cartelería Gran Formato

f i y t

copysell.com

PERFORMANCE RUNNING



SKILLRUN™

SKILLRUN™ supera todas las expectativas sobre las cintas de correr. Es el primer equipo que entrena tanto la potencia de carrera como la de resistencia cardiovascular gracias a su MULTIDRIVE TECHNOLOGY™ (pendiente de patente), te hará realmente inmejorable. Descubre más: technogym.com/skillrun

TECHNOGYM

The Wellness Company

La mejora profesional utilizando Estrategias de Éxito de los mejores atletas



Pablo Sánchez Buján
Jefe de Departamento de Calidad y Coordinación de la Dirección General de Deportes del Ayuntamiento de Madrid. Actualmente jubilado

Recientemente he leído algunos artículos del ex jugador de tenis Markus Czerner, buen ponente y formador de negocios usando la fuerza mental, la motivación y el éxito, mostrando a los gerentes, líderes y empleados de centros deportivos o cualquier otro tipo de negocio, lo que pueden aprender de los deportistas de élite para su propia vida personal y profesional.

Acción exitosa: A pesar de las buenas intenciones, de una buena planificación, de una buena preparación o de una buena organización, “se puede fallar”. A pesar de todo, nos puede venir un *apagón mental ante un fracaso*. La razón de esto es que aunque entrenamos, aprendemos técnicas o perfeccionamos procesos, al mismo tiempo no preparamos nuestras mentes para recuperar nuestro potencial. Markus Czerner nos explica cómo preparamos para el éxito.

Si quieres asegurar tu éxito, ya superaste el primer obstáculo: has tomado la decisión, ahora intenta usar las estrategias mentales de los mejores atletas, para conseguir tu propio éxito.

Piensa en grande: Los objetivos concretos son la base del éxito. Muchas personas no tienen objetivos en absoluto o simplemente trabajan de forma equivocada. Al principio de cada temporada, pregúntate qué quieres lograr a corto, medio o largo plazo y anota estos objetivos. Puedes lograr todo lo que puedas imaginar y más, **¡por lo tanto, atreverte a pensar en grande!** Lo que no es posible en nuestra imaginación no se puede lograr en la vida real. Los mejores atletas imaginan casi todo, en términos de su éxito deportivo, y creen que

“al principio de cada temporada, pregúntate qué quieres lograr a corto, medio o largo plazo y anota estos objetivos. Puedes lograr todo lo que puedas imaginar y más”





en ningún momento estas imaginaciones son poco realistas, pero al mismo tiempo hay que saber diferenciarse de los sueños. ¡Los objetivos tienen que ser realizables!, aunque sean muy ambiciosos.

Planificar los Objetivos orientados a los resultados. ¿Por qué?

Los objetivos son la base del éxito, pero para llegar hasta allí, necesita un por qué. ¿Por qué razón quieres alcanzar un objetivo específico? Todos los mejores Directivos, mejores Atletas o mejores Deportistas, tienen un "por qué" ante el éxito. Los mejores, actúan con una voluntad irreprimible de trabajar y entrenar para ganar con una disciplina de hierro. Pero la voluntad y la disciplina son solo efectos, la causa de la voluntad radica en el "por qué". Si sabe por qué quiere lograr algo, y esa razón le da una profunda convicción, dará como resultado una fuerte voluntad y disciplina. Las derrotas y los reveses no le impedirán perseguir sus objetivos. Un fuerte "por qué" es el mejor motivador. ¡Define tu "por qué" y muévete!, dice Markus Czermer.

Los grandes desafíos como un motor motivador: las situaciones competitivas pueden ser tediosas o pueden darte un tremendo impulso; todo depende de tu perspectiva. Los mejores directivos o deportistas, encuentran la mayor parte de su motivación en esta competencia. Cuando el oponente se propone ganar, la propia voluntad de ganar te enciende de nuevo. Si tienes a otros buscando el mismo puesto que tú, tómalo como una motivación adicional. Mejora y deja atrás a tus competidores: no importa lo buenos que sean, ¡Tú eres mejor!

Eliminar la actitud mental negativa a la "No tengo ninguna posibilidad contra mis oponentes, o en una situación determinada, o porque tiene más medios

o experiencia, o ...". Con esta actitud, bloquearás tus posibilidades de éxito. Las personas exitosas hacen todo para ser mejores que sus competidores. ¡Tú también puedes! Concéntrate en tus objetivos y hazte la misma pregunta una y otra vez: "¿Qué condiciones debo cumplir para lograr mis objetivos?" Si realmente pierdes contra un competidor, entonces usa ese hecho para reflexionar, "¿Por qué no lo conseguí? ¿En qué áreas he fallado? ¿Cómo puedo mejorar en estas áreas?" "Enfócate en la mejora continua", esta es la única manera de crear los requisitos previos básicos para su éxito.

Markus Czermer da las 10 mejores estrategias de éxito de los mejores atletas, que pueden ser aplicadas por directivos de cualquier centro deportivo o empresa:

- 1. Establecer metas**
- 2. Escribe esos objetivos**
- 3. Formule más metas orientadas a la acción que metas orientadas a resultados**
- 4. Encuentra tu 'por qué' - ¿Por qué quieres alcanzar un objetivo determinado?**
- 5. Cree en ti mismo, no importa lo que digan los demás**
- 6. Sé capaz de cambiar tu enfoque**
- 7. Usa las derrotas como oportunidades para la superación personal**
- 8. No culpes a los demás por tus derrotas**
- 9. Siempre intenta hacerlo lo mejor posible**
- 10. No busque excusas; siempre se puede encontrar una razón de por qué no han hecho algo. Hágase responsable de sus objetivos.**

Creo que es un buen momento para reflexionar y decidir que es lo que quiero.◀



Autores:
Carlos Delgado Lacoba, Arturo Carretero Martínez y José Luis Jaraiz Azona

GESTORES DE UNA ÉPOCA

LA E.F. ESCOLAR Y LAS ESCUELAS DEPORTIVAS MUNICIPALES EN LOS PRIMEROS AÑOS DEMOCRÁTICOS

El deporte como fenómeno social es hoy en día un hecho incuestionable, y sin duda ha sido la contribución y el impulso dado por parte de las CC.LL. lo que ha motivado el actual desarrollo de la práctica físico-deportiva en España, que a la vista de la evolución de los resultados obtenidos en los últimos 25 años, podemos calificar como de espectacular.

Múltiples acciones, procesos, cambios de valores e inversiones, han modificado el panorama deportivo en los municipios. Desde - casi generalmente - la nada con que se encontraban a mediados de los setenta y aumentando paulatinamente en la década de los ochenta, hasta consolidarse en la actualidad como servicios de primer orden por sus crecientes dimensiones social, política, mediática y económica.

Siendo denominador común de dichas políticas, el papel de garante del acceso de la población a la práctica deportiva como elemento de mejora de su calidad de vida, priorizando el Deporte de base y el Deporte para todos.

La trayectoria del deporte como servicio público en la administración local ha pasado por etapas muy dispares, y sin duda fue en los primeros años de los ayuntamientos democráticos cuando nos enfrentamos a un reto inmenso: la necesidad de popularizar y posibilitar la práctica deportiva a toda la ciudadanía.

En esta etapa inicial, los técnicos sabíamos lo que queríamos. Pero en mu-

chos de los casos, y en líneas generales, no teníamos tan claro el medio de lograrlo. Sin embargo era común en el ámbito de la gestión municipal, que la posible "inexperiencia" y la falta de recursos se supliera con aprendizaje continuo, con un inestimable trabajo en equipo y con grandes dosis de ilusión.

En dicha etapa la mayoría de los ayuntamientos se encontraron con un panorama desolador y comenzaron a lanzar programas de promoción "copiados" en muchas ocasiones de países de nuestro entorno, o de municipios españoles más avanzados en esos momentos. En Madrid los gestores teníamos clara una cuestión que a la postre, con sus luces y sus sombras, resultó determinante para incrementar el número de deportistas en ese periodo. Y esa cuestión era "que todo comienza en la escuela". Pensábamos que la actividad en los colegios era el mejor campo de acción para el fomento y desarrollo de la práctica físico-deportiva y la fijación de hábitos saludables. Ya

que durante muchos años, paradójicamente, en el ámbito de la enseñanza pública, el Deporte, y en especial la Educación Física, permanecieron en el más profundo anonimato.

Los ayuntamientos, conscientes de la gran problemática que la ausencia de una E.F. suponía para el desarrollo y la formación integral de los niños-as y jóvenes, buscaron un contacto "vivo" con los centros escolares públicos, con el objetivo fundamental de la creación del hábito deportivo en sus alumnos.

Este hecho motivó la puesta en marcha de dos grandes programas dirigidos a los escolares: por un lado la implicación de E.F. en los colegios, y por otro lado la creación de las denominadas Escuelas Deportivas Municipales. Programa éste que indefectiblemente existe en la actual oferta de servicios municipales, dada su incuestionable importancia y trascendencia en la educación y proyección deportiva de los niños y las niñas de nuestros pueblos

“La puesta en marcha de patronatos o institutos deportivos municipales supuso la incorporación de profesores de E.F. en sus plantillas”

y ciudades.

No obstante la falta de competencias municipales en el ámbito educativo ha significado que los recursos hayan sido durante muchos años insuficientes para llevar a cabo una auténtica labor de promoción deportiva, en cuanto a llegar al mayor número de alumnos. La impartición de la E.F. en los colegios no estuvo exenta de controversia y su alcance fue muy dispar, según qué ayuntamientos. A modo de ejemplo, en San Sebastián de los Reyes, los primeros antecedentes de una actividad deportiva formativa y de una E.F. formal en el ámbito escolar, hay que buscarlos en el curso 1977-1978. En el que en virtud de los convenios con la Diputación Provincial y la Delegación del Consejo Superior de Deportes, se adjudica la primera plaza de profesor de E.F.. Contando hasta entonces con vagos intentos de desarrollo, por medio de un coordinador dependiente de la antigua Delegación Nacional de la Juventud y de tres monitores polideportivos.

En paralelo los municipios se volcaron con las políticas de inversión en la construcción de equipamientos. Y en su mayoría optaron por crear organismos autónomos, como fórmula más ventajosa para gestionar la actividad física y el deporte local, conformando estructuras de organización que pretendían una mayor agilidad en cuanto a la toma de decisiones y una mayor eficiencia en el manejo de los recursos existentes que se fueron incrementando de forma notable. De igual modo se pretendía huir de la burocracia y de la cultura "funcionarial tradicional" imperantes en ese momento, dotando a los citados organismos de una nueva cultura y una visión fundamentada en el concepto de Servicio al Ciudadano, por "encima" de la ortodoxia procedimental. Cuestión que, dicho sea de paso, propició en algunos casos efectos no deseados de falta de control y de crecimiento desmesurado.

La puesta en marcha de patronatos o institutos deportivos municipales supuso la incorporación de profesores de E.F. en sus plantillas. Lo que de alguna forma marcó el progresivo abandono de la impartición de la E.F. en los colegios en horario lectivo, como muestra de disconformidad y para no seguir haciendo el "caldo gordo" al entonces Ministerio de Educación y Ciencia. Al tiempo que, con plena conciencia de la laguna existente en materia escolar y con los mismos objetivos, se potencian las E.D.M. y, como hicimos en San Sebastián de los Reyes durante el curso 83/84, se ponen en funcionamiento Planes de Animación Deportiva Escolar en las instalaciones de los colegios, pero fuera del horario lectivo.

“La promoción de la actividad física y del deporte se ha convertido en una de las principales políticas públicas del municipalismo por su factor de transversalidad en la sociedad”

Es preciso reivindicar lo importante que fue para nuestro deporte y para su posterior desarrollo, que muchos ayuntamientos, aún consecuentes con su falta de competencias y con no pocas dificultades de acceso a los centros docentes antes de las primeras novedades legislativas que lo posibilitaron (R.D. 2274/1993, de 22 de diciembre, Orden de 20 de julio de 1995 y L.O. de Educación 2/2006, de 3 de julio), coadyuvaran a la consecución de objetivos psico-físicos y sociales, como una prolongación en la formación integral de los alumnos y un trabajo de base para mejorar la calidad y la participación de las propias E.D.M. y de las competiciones en edad escolar o Juegos Deportivos Municipales.

En definitiva y con el paso de los años, podemos concluir que con la E.F. en los colegios y con las E.D.M. comenzó todo. Pues, como prolongación o complementación de los objetivos propuestos por el sistema educativo, las E.D.M. han sido, son y serán un programa fundamental para contribuir a desarrollar las adecuadas capacidades, competencias y valores que los niños y las niñas de hoy - jóvenes del mañana - necesitan para enfrentarse a su realidad compleja y para conseguir una autonomía, libertad y responsabilidad en su vida en sociedad. ◀



IMPORTANCIA DE LAS EVIDENCIAS EN LA PROMOCIÓN DE UN ESTILO DE VIDA FÍSICAMENTE ACTIVO Y SALUDABLE



Prof. Alfonso Jiménez
 Director de Investigación e Innovación GO fit LAB - Ingesport
 Director Observatorio Vida Activa y Saludable
 Fundación España Activa
 Centro de Estudios del Deporte, Universidad Rey Juan Carlos
 Catedrático en Ciencias del Ejercicio y la Salud
 Centre for Innovative Research Across the Life Course (CIRAL),
 Coventry University (Reino Unido)

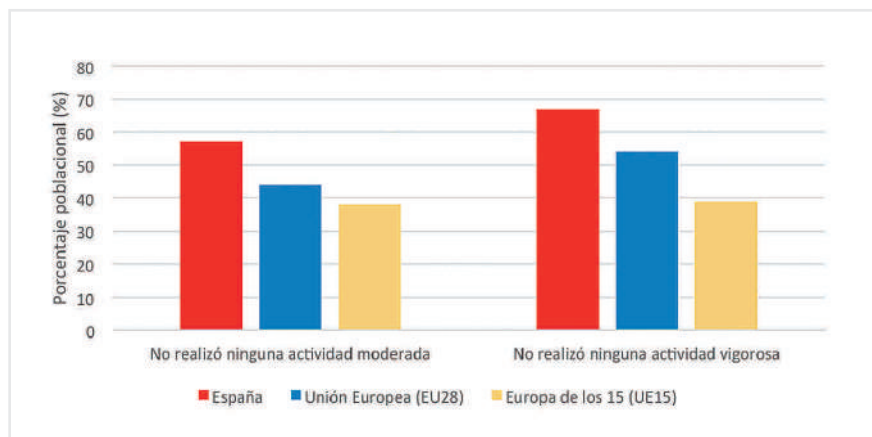
La inactividad física está ya formalmente considerada como una pandemia, siendo el **4º factor de riesgo de mortalidad global** (OMS, 2012). A pesar de las múltiples evidencias disponibles sobre la importancia de la actividad física y el deporte en la salud individual, en los sistemas de sanidad pública y en la economía, la proporción de personas que no realiza la actividad física mínima recomendada por la OMS es alarmante.

El modelo inactivo de comportamiento común en nuestras sociedades modernas produce de esta forma un incremento exponencial en la prevalencia de enfermedades no transmisibles vinculadas al estilo de vida, en donde destacan las enfermedades cardiovasculares y metabólicas. Un estudio reciente publicado en Lancet estima que aproximadamente un **9% del total de muertes prematuras en el mundo se atribuyen a la inactividad física, y podrían ser fácilmente evitables**. Datos publicados a su vez por el Global Physical Activity Observatory, identifican que en el caso de nuestro país ese porcentaje aumenta hasta el 13,4%, llevándose por delante más de 52.000 vidas anualmente.

A pesar de las evidencias que existen hoy en día en relación a la inactividad física y el riesgo de desarrollar diferentes enfermedades crónicas, o sufrir una muerte prematura, y aún a pesar de las recomendaciones de la OMS, según datos del Eurobarómetro especial 412 (2014), tres de cada cinco españoles no realizaron ninguna actividad física moderada en los últimos siete días previos a la realización de esa misma encuesta. Esa cifra se eleva a dos de cada tres españoles para las activida-

des físicas vigorosas. En comparación tanto con la Unión Europea (EU28), como con los 15 países que entraron en la Unión Europea antes de abril del 2004 (EU15), nuestros valores de inactividad física son elevados tanto para la realización de actividades moderadas como vigorosas (Figura 1).

Fig. 1. Porcentaje poblacional que no realizó actividades moderadas y vigorosas en los últimos siete días previos a la realización de la encuesta



Eurobarómetro especial 412 (2014). Informe sobre Actividad Física y Deporte.

“a pesar de las recomendaciones de la OMS, tres de cada cinco españoles no realizaron ninguna actividad física moderada en los últimos siete días previos a la realización de esa misma encuesta”

El coste económico de la inactividad física es difícil de determinar, ya que se trata de un problema multifactorial y que incide en múltiples ámbitos. Ahora bien, según una reciente publicación del Centre for Economics and Business Research (The economic cost of physical inactivity in Europe: An ISCA/CEBR Report, June 2015), la inactividad física supone un coste anual **superior a los 80 billones de euros** en la Europa de los 28 entre costes directos e indirectos.

Según un riguroso estudio (el primero de este calibre realizado en el mundo) publicado en la prestigiosa revista científica The Lancet en el año 2016 (Ding et al., 2016), en una serie monográfica sobre el impacto de la actividad física para la salud, que se edita en cada año olímpico (la primera edición se publicó con motivo de los Juegos de Londres 2012), el coste total de la inactividad física en el mundo alcanzó los 61.700 millones de dólares en el año 2013.

Analizando la información relativa a la repercusión económica de las muertes prematuras y las enfermedades ocasionadas por la inactividad física en nuestro país, esta representa un **gasto directo de más de 1.367 millones de euros anuales**.

Es importante destacar además que, en relación a la inactividad física, España es el segundo país del mundo con un gasto porcentual más alto en relación al gasto sanitario directo, el 1,53% (Ding et al., 2016). En relación a los gastos indirectos, estimaciones conservadoras lo han cuantificado en 194 millones de euros anuales teniendo en cuenta únicamente la pérdida de productividad por muerte prematura. Sin embargo, teniendo en cuenta los gastos indirectos asociados a enfermedades cardiovasculares y distintos tipos de cáncer como consecuencia de la inactividad física, se podría multiplicar hasta por dos o tres veces esta cifra, alcanzado valores de entre 387 y 581 millones de euros anuales. El cálculo más conservador nos llevaría a una **estimación del gasto anual de unos 1.560 millones de euros**, de los cuales el 70,5% es costeado por las administraciones públicas, mientras que un 22,8% es desembolsado por los hogares españoles (Mayo, Del Villar, Jiménez, 2017).

La Visión GO fit

Pues bien, en este contexto **Ingesport** y sus **centros GO fit** deciden posicionarse como el primer proveedor de servicios de ejercicio físico y salud claramente orientado hacia la **población inactiva** española, ofreciendo un **modelo de servicios seguro y eficaz**, que facilite la integración de un estilo de vida activo entre millones de personas. Estas personas hasta el momento no han encontrado una oferta de valor, atractiva, adaptada a sus necesidades

reales, validada científicamente y construida en torno a un eje vertebrador (ejercicio + nutrición + descanso = energía), que integre el plano físico, el plano psíquico y el plano social de forma natural.

Para ello, estamos abordando el problema de forma sinérgica, apoyados en un modelo de intervención innovador y disruptivo que coloca al individuo en el centro, en donde las evidencias científicas y el desarrollo de buenas prácticas, unidas a un modelo educativo de valor se configuran como los pilares fundamentales de actuación. De esta forma, nos planteamos:

1. Aportar evidencias, individualizadas y con significado para cada persona (¿por qué debo pasar a la acción y convertirme en una persona activa? ¿cuál es el impacto real de mi comportamiento inactivo en mi salud? ¿qué efectos

puede tener el ejercicio en mi vida?)

2. Crear oportunidades (¿cómo podemos pasar a la acción? ¿qué puedo hacer a diario? ¿cómo convertir al centro deportivo en un “ecosistema” que estimule un cambio de comportamiento real?)

3. Facilitar experiencias positivas (garantizando la seguridad en la práctica, la adecuación de las propuestas a la capacidad de los individuos, estimulando la interacción social y emocional con la práctica, etc.)

Y desarrollar nuestras intervenciones de forma “sistémica”, es decir, considerando los diferentes dominios o áreas en las cuales es posible intervenir de forma sostenible y eficaz para incidir positivamente en grandes grupos de población inactiva (ver figura 2).

Fig. 2. Modelo conceptual de intervención GO fit basado en cuatro dominios de práctica (o áreas de actuación)



“Ingesport y sus centros GO fit deciden posicionarse como el primer proveedor de servicios de ejercicio físico y salud orientado hacia la población inactiva”



GO fit LAB ubicado en centro GO fit Vallehermoso (Madrid)

Por increíble que parezca, no existe en el mundo ninguna compañía de servicios deportivos orientados a la población general que haya demostrado la efectividad y/o el impacto positivo de los mismos (salvo acciones muy puntuales). De hecho, esta industria tradicionalmente no invierte recursos en Investigación y Desarrollo (ni siquiera en Evaluación y Seguimiento), y por lo tanto su "producto" (programas de ejercicio físico estructurado, que estimulen un incremento significativo en los niveles de actividad física y en práctica deportiva regular) no logra convencer a una masa de población cada vez más inactiva. Con tasas de penetración de entre el 10 y el 12% del total de la población deberíamos considerar que tenemos margen de mejora, y que deberíamos replantearnos lo que estamos haciendo como industria.

Nuestra propuesta desde GO fit, ha sido la de pasar a la acción, creando y dotando de recursos establecimientos al denominado **GO fit LAB**, una Unidad de Investigación pionera, en colaboración con diferentes centros universitarios

de investigación (con Coventry University a la cabeza). Esta Unidad nos está permitiendo hacer realidad una investigación aplicada de calidad, realizada en contextos reales (los centros GO fit), sobre el impacto positivo de diferentes intervenciones de ejercicio físico estructurado, actividad física y deporte sobre diferentes indicadores de salud en personas activas e inactivas, de ambos géneros y en diferentes grupos de edad.

Así, la investigación científica y su resultado (en forma de EVIDENCIAS) está informando la propuesta de valor de GO fit para su población de clientes, y está transformando la manera en la que nos aproximamos a población inactiva, convirtiendo los centros GO fit en verdaderos Wellness HUBs dentro de su comunidad. Espacios deportivos con un enorme arraigo e impacto social, concebidos como ecosistemas de estimulación para la población, en donde se re-descubre el placer del movimiento, aprendiendo a disfrutar del mismo en un entorno seguro y eficaz, y en donde en definitiva se educa a las personas a tomar deci-

“GO fit LAB, Unidad de Investigación pionera, en colaboración con diferentes centros universitarios de investigación, con Coventry University a la cabeza”

siones informadas sobre su propio comportamiento y su salud.

Desde el GO fit LAB aportamos las evidencias para garantizar nuestro compromiso con nuestros usuarios se cumple..., que la FELICIDAD TAMBIEN SE ENTRENA...

Y que cada persona puede (y debe) hacer mucho por su propia salud. ◀

Referencias:

MAYO, X., DEL VILLAR, F., JIMENEZ, A. *Termómetro del sedentarismo en España: Informe sobre la inactividad física y el sedentarismo en la población adulta española. Observatorio de la Vida Activa y Saludable de la Fundación España Activa. Centro de Estudios del Deporte, Universidad Rey Juan Carlos, CSIC. Edita: Fundación España Activa. Madrid, June 2017. ISBN-13-978-84-697-4252-5. Acceso a descarga completa: http://espanaactiva.es/wp-content/uploads/2017/06/Informe-observatorio_web.pdf*

DING, D., LAWSON, K. D., KOLBE-ALEXANDER, T. L., FINKELSTEIN, E. A., KATZMARZYK, P. T., VAN MECHELEN, W., ... *Lancet Physical Activity Series 2 Executive Committee. (2016). The economic burden of physical inactivity: a global analysis of major non-communicable diseases. Lancet, 388(10051), 1311-24.*

LEE, I.-M., SHIROMA, E. J., LOBELO, F., PUSKA, P., BLAIR, S. N., KATZMARZYK, P. T., y *Lancet Physical Activity Series Working Group. (2012). Effect of physical inactivity on major non-communicable diseases worldwide: an analysis of burden of disease and life expectancy. Lancet, 380(9838), 219-29.*

PRONK, N. P., GOODMAN, M. J., O'CONNOR, P. J., MARTINSON, B. C. (1999). *Relationship between modifiable health risks and short-term health care charges. JAMA, 282(23), 2235-9.*



EXPANSIÓN DE LA LÍNEA CONNEXUS DE MATRIX

Matrix Fitness está ampliando su versátil serie de entrenamiento funcional Connexus con cuatro nuevos productos con el fin de aprovechar al máximo el espacio. Estas nuevas unidades Connexus dan a los entrenadores y propietarios del club una flexibilidad y capacidad de expansión que ya les encantaba sobre los nuevos diseños de la Connexus, eficientes en el uso del espacio.

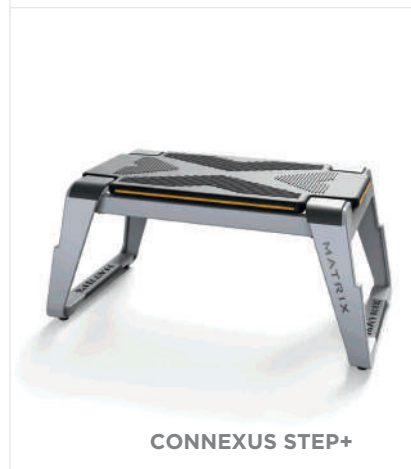
Expansiones Connexus

La **Connexus Compact** es ideal para el entrenamiento de grupos pequeños y clases de entrenamiento funcional donde el espacio es limitado. Esta expansión incluye dos manillares de entrenamiento ajustables en altura, objetivo articulado para lanzamientos de balón medicinal, barra pull-up con diferentes tamaños de agarre, anclaje para la base y espacio de almacenamiento de accesorios integrado.

La **Columna Connexus** de pared facilita el entrenamiento funcional con bandas de resistencia y correas de suspensión. Su eficiente diseño del espacio incluye un mango ajustable en altura que asegura las correas y bandas múltiples para lograr transiciones y progresiones optimizadas. Incluye un soporte de smartphones a la altura de los ojos para tener las aplicaciones de entrenamiento a la vista y almacenamiento incorporado para mantener las bandas que no estamos utilizando recogidas y accesibles.

La **Estación de Almacenaje Connexus** mantiene los accesorios esenciales de entrenamiento funcional organizados y de fácil acceso. El diseño ultraduro incluye dos estantes extragrandes, dos estantes secundarios, clavijas para el almacenamiento colgante, un estante superior abierto, una base abierta y carteles direccionales para identificar claramente la ubicación de los accesorios.

La **Connexus Step+** es un versátil step que ofrece configuraciones estándar e invertidas para ayudar a los usuarios a realizar una variedad de desafiantes ejercicios. Cuenta con una parte superior extraíble antideslizante que ofrece una gran estabilidad y un diseño apilable.



GO fit 
MADRID

GO fit >>

se expande en Madrid

GO fit Peñagrande: salud, bienestar y felicidad dentro de una infraestructura deportiva de vanguardia. El 2.0 de la cadena ya está aquí.

El pasado mes de Febrero fue la puesta en escena de un centro futurista para la ciudad de Madrid. GO fit Peñagrande, en el madrileño barrio del Pilar abrió sus puertas para deleite de una multitud de vecinos entusiastas por "Vivir más y mejor". Sin duda todo un éxito para el distrito Fuencarral el Pardo, que ya cuenta con otro centro de la cadena en Montecarmelo.

Desde **INGESPORT** siempre se apuesta por facilitar la vida del cliente dentro de sus centros, pues no es ajeno a la alta aceptación que GO fit genera en la ciudadanía, poniendo los medios necesarios para gestionar a distancia lo que tradicionalmente había que hacerlo necesariamente dentro de las dependencias del propio centro. Cada cliente o usuario cuenta con una App exclusiva elaborada por Trainingym, donde puede gestionar todas sus reservas para clases colectivas y llevar el seguimiento de sus retos personales. En definitiva la "experiencia del cliente" es lo más relevante en sus objetivos operativos.

Vicente Bayón es el responsable de conseguir lo anteriormente expuesto,

pues es el director de GO fit Peñagrande. Este madrileño de 39 años, Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, aúna experiencia en el ámbito de la gestión deportiva, así como dentro del mundo de la tecnología, pues pasó algunos años como ejecutivo en la multinacional Apple. Su gran reto es conseguir que el cliente viva experiencias a diario, que le reporten beneficios saludables para llevar una vida plena. Su empeño va más allá de la actividad que el cliente desarrolla en el propio centro, pues la tecnología GO fit les acompaña también cuando no asisten al centro, pudiendo así mantener una actividad física controlada y pautada por profesionales cualificados en todo momento. Cuando uno pasea por este GO fit, se aprecia una mezcla de tecnología con diseño práctico y cuidado, enfocado siempre a la mejor experiencia para sus clientes. Ya en el hall de entrada cercano a la cafetería, se disponen un gran número de cabinas abiertas para el trato "one to one" con el cliente, donde sobre todo se habla de salud. Los técnicos que atienden este servicio, son profesionales cualificados conocedores de las ventajas del ejercicio físico cuando éste se lleva a >>



Vicente Bayón, responsable del centro

cabo de forma científica y rigurosa.

El centro cuenta con los espacios habituales de la cadena, repartidos en una superficie de 16.000 m2, disponiendo de :

. 4 salas para clases colectivas. A reseñar la sala de ciclo indoor, que es la mejor acondicionada de Europa, con la mayor pantalla creada para una sala de esta actividad, ideal para mostrar los perfiles de la clase.

. 1 estudio al aire libre en terraza cubierta para GO fit Cross.

. Ludoteca y cafetería.

. Piscinas: 2 cubiertas climatizadas para nado y aprendizaje, y una exterior al aire libre.

. Piscina de sensaciones SPA: Una piscina con los elementos idóneos para el relax después del entrenamiento. No hay duda que el acrónimo de SPA "salud por el agua" se experimenta claramente en este vaso.

. Zona termal: Espectacular sauna en el exterior, junto con baño turco y duchas de sensaciones.

. Gran sala de fitness: 1.200 m2 de sala equipada con las mejores máquinas de última generación marca Technogym y con conectividad Trainingym.

. Polideportivo: Las clases dirigidas a la familia cuentan con un espacio idóneo para su desarrollo en este polideportivo. Dedicado también a colonias y deportes.

. Zona de raqueta: Cuenta con 6 pistas de padel cubiertas y 4 de tenis descubiertas.

. Parking: 350 plazas de parking que facilitan la accesibilidad al centro, pudiendo usar 2 h libremente cada abonado.

Sin duda es un centro pleno en innovación y con todas las características singulares que la cadena GO fit pone al servicio de sus clientes, donde se aprecia las consecuencias de un departamento de I+D+I liderado por el Dr. Alfonso Jiménez.

En este centro encontraremos el "Test corner" dentro de la sala de Fitness, espacio donde los clientes obtienen una valoración física y funcional para poder adaptar sus entrenamientos según los resultados obtenidos en las valoraciones física y funcional.

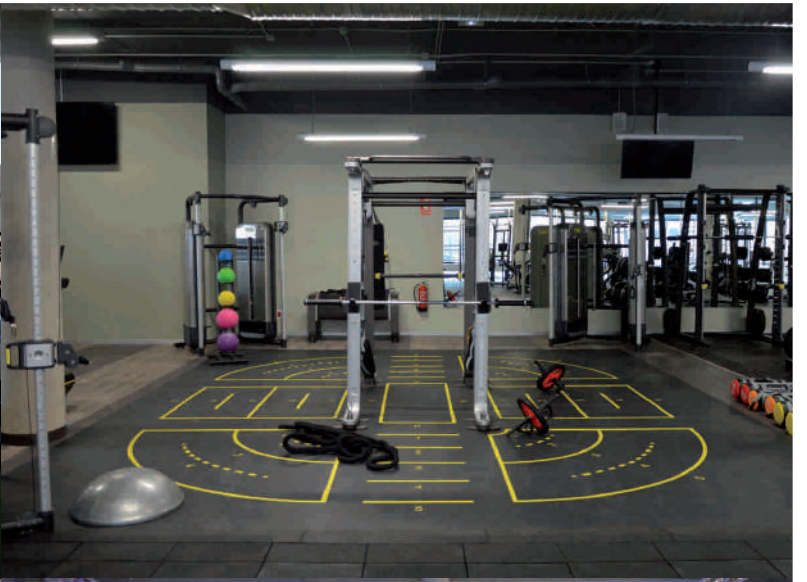
También como novedad y con el objetivo de estimular la mayor y mejor práctica deportiva dentro del univer-



“un centro pleno en innovación y con todas las características singulares que la cadena GO fit pone al servicio de sus clientes, donde se aprecian las consecuencias de un departamento de I+D+I”

so GO fit, el cliente se beneficia de un sistema TG Loyalty elaborado por Trainingym, de tal forma que por accesos al centro, asistencia a clases colectivas, realización de entrenamiento, gasto ejecutado en el centro, etc..., el cliente va obteniendo puntos para canjearlos en productos de consumo propio, como descuentos en cuotas o servicios.

Sin duda GO fit Peñagrande nace con el objetivo de motivar a nuestro colectivo de usuarios a ampliar su práctica en la actividad física dirigida y pautada, lo que es el principal objetivo de la cadena : "Vive más y mejor", y hacerlo en las mejores manos practicando GO fit. ◀



GO fit Peñagrande, todo un mundo de sensaciones



El reto de la transversalidad, en la materialización de los Proyectos, Obras, Gestión y Mantenimiento de una instalación deportiva



Juan-Andrés Hernando
Arquitecto
hernando@hernandosauque.es

En el proceso de materialización de las ideas del Promotor, un capítulo relevante, es el de la creación de las infraestructuras deportivas. La ejecución e inauguración de una instalación deportiva es importante pero muchas veces es más trascendente de lo que debiera si se considera todo el proceso de materialización de las ideas del Promotor, porque en ese momento se visualiza fácilmente la voluntad de conseguir un objetivo y de cumplir una promesa, lo que provoca una positiva reacción social a su materialización, que es fácilmente reconocible y políticamente rentabilizable, pero “la piedra” sin contenidos y complementos solo es eso “piedra”.

Este proceso, a corto plazo, tiene un fuerte impacto económico en el Promotor ya que “el dinero de inversión es el más caro que va a tener que gestionar”. Pero no es el único, ya que a medio y largo plazo esta inversión inicial, en la materialización del edificio resultante, generará nuevos impactos económicos y de otros tipos, como consecuencias del diseño y la ejecución del mismo, que van a condicionar el Servicio/Uso, la Gestión, los RR.HH. necesarios, los consumos, el mantenimiento, la limpieza, etc.. y en consecuencia generar unos costes de conducción habitual que van a superar, en mucho (a lo largo de la vida útil de la instalación deportiva, entre 25 y 40 años) al coste inicial del edificio.

Tanto, el acierto en la elección del terreno como en la materialización de los proyectos van a influir y condicionar totalmente ambos “centros de cos-

tes”, el de la inversión inicial y el de la Gestión Integral del Centro deportivo. En este proceso, están implicados diferentes Agentes, Técnicos y de otros ámbitos, cuyos roles van a incidir directamente en el resultado final, el servicio seguro y de calidad, eficaz, eficiente accesible y sostenible en el tiempo”.

Los técnicos deportivos, no han sido educados para la Arquitectura e Ingeniería, ni los arquitectos e Ingenieros para el desarrollo de Instalaciones deportivas, ni los políticos para la planificación del deporte, etc. Los Arquitectos e Ingenieros, en nuestras carreras respectivas, no hemos tenido ni una sola hora de especialización en esta materia deportiva, pero...., somos los responsables de materializar los Espacios necesarios para realizar las actividades deportivas. Algo similar ocurre con los otros Agentes implicados en el proceso. Al final, todos estamos implicados en el resultado de la materialización de las ideas del Promotor y todas las partes somos necesarias, pero no suficientes, para culminar el mejor proyecto para el Promotor/Inversor, en definitiva, para nuestro cliente y su destinatario final, el practicante deportivo en cualquiera de sus peculiaridades.

Es por ello, que es necesario que se establezca una dinámica de “trabajo pluridisciplinar y en equipo”, en el que, en cada momento del proceso, el protagonismo principal será de unos o de otros, pero sin perder de nunca vista que el objetivo final no es hacer un edificio sino el de “DAR SERVICIO DEPORTIVO, SEGURO y de CALIDAD, MANTENIDO en el TIEMPO de vida útil del EDIFICIO”.

Todos debemos estar implicados y comprometidos a lo largo del proceso desde el momento inicial, pasando por el creativo, hasta el de la Conducción habitual, donde el responsable de la Gestión/-Dirección será quien asuma las riendas del Centro Deportivo y retome nuevamente la estrategia del “trabajo en Equipo” de todos aquellos implicados en el SERVICIO al cliente/usuario. En la evolución del proceso técnico, el

trabajo transversal es muy relevante, especialmente en los “momentos críticos”, que suelen identificarse con la elaboración de importantes documentos, necesarios para la correcta materialización de las ideas y la Conducción Habitual.

Consideramos que los **momentos más sensibles** son:

1. El análisis, conocimiento y valoración de la “Necesidad y Demandas” a cubrir (Planeamiento deportivo/Mercado)
2. El análisis y determinación de la ubicación del futuro centro deportivo (Planeamiento de infraestructuras deportivas).
3. El análisis y valoración del mercado existente, circunstancias poblacionales y límites de viabilidad del Proyecto (Estudio de Mercado, Proyecto de Negocio /gestión/ viabilidad).
4. La determinación de los requerimientos del proyecto (deportivos, urbanísticos, arquitectónicos, de ingenierías, constructivos, medioambientales, etc..) y de los medios económicos para materializarlo (Pliegos de condiciones técnicas y Reglamentos deportivos).

“Los técnicos deportivos, no han sido educados para la Arquitectura e Ingeniería, ni los arquitectos e Ingenieros para el desarrollo de Instalaciones deportivas”

5. La determinación de los tiempos, razonables, de ejecución de los Proyectos y de las Obras (Cronogramas, respetuosos y realistas).

6. Las licitaciones y adjudicaciones del trabajo correspondiente a todos los técnicos necesarios para la formalización de los proyectos (arquitectura, ingeniería, seguridad, movilidad, medio ambiente, accesibilidad, deporte, etc.) y de las Obras. (Pliegos de condiciones económicas y administrativas, Publicaciones y Adjudicaciones).

7. Los tiempos para las tramitaciones administrativas y la obtención de diferentes permisos administrativos y la licencia de obras. (Cronograma, estimativo).

8. La fase constructiva, de ejecución de las Obras, según los proyectos antes citados y bajo la supervisión de los técnicos correspondientes para la materialización física de l edificio. (Direc-

ciones varias de obra, ejecución y seguridad).

9. La formalización y aprobación de los documentos que permitirán la apertura y conducción habitual de la instalación deportiva (Plan de Gestión, Mantenimiento y Limpieza/Higiene + Desinfección +Desinsectación +Desratización, Aprobación de Tasas y precios públicos).

10. El final del proceso constructivo y la recepción provisional de las Obras (recepción de los documentos finales de la obra, Contrataciones de seguros y de suministros, tramitación de la fase de Apertura - Licencia de Actividad).

11. La fase de pruebas y puesta en marcha, Cierre de parrilla de programas y de Contrataciones de personal. (Reglamento de Uso y de Régimen interior del servicio deportivo y de otros compatibles, Plan de Márqueting y Comunicación).

12. La inauguración de la instalación deportiva (Plan de inauguración y de venta de la imagen corporativa y de los Servicios).

13. La Conducción habitual, para alcanzar la oferta de servicios deportivos deseados, seguros y de calidad, que se puedan mantener en el tiempo de forma sostenible. (Aplicación de toda la batería de documentos elaborados hasta este momento y planificación del sistema de control y ajustes sistemáticos de la aplicación de los recursos para el logro de los objetivos).

Este complejo sistema obliga a un sinnúmero de acciones e interacciones, proyectadas en el tiempo, que no siempre son fáciles de gestionar y superar. La propia complejidad de estas y algunas malas praxis conducen a determinadas disfunciones en los procesos que desembocan consecuencias no deseables,

AGENTES implicados en el proceso	RESPONSABILIDADES en los Procesos	PERFIL PROFESIONAL HABITUAL de los Técnicos implicados
El promotor Público o Privado	Definir el o los objetivos , dotar de todo tipo de recursos para conseguirlos y temporalizarlos.	Promotores , asesorados por Técnicos o Consultoras Técnico-Deportivas , públicas y Privadas
Los técnicos municipales , de arquitectura, urbanismo y otros	Definir las condiciones urbanísticas y de uso de los terrenos de potencial uso deportivo y otros complementarios. Fiscalizar el cumplimiento de las Normas en los proyectos y conceder la licencia de obras y de actividad	Arquitecto, Ingeniero, Abogado, secretario municipal, Interventor, políticos de las áreas afectadas, etc..
Los técnicos municipales/provinciales/ autonómicos de deportes y del Urbanismo (en el caso del Sector Público) y colaboradores técnicos externos	Concretan la planificación deportiva y de infraestructuras , según los criterios del Promotor correspondiente y definen las estrategias, medios necesarios y prioridades para conseguir los objetivos a nivel puntual o territorial Definir los programas de actividades necesarios para alcanzar los objetivos Definir cuantitativa y cualitativa los objetivos operacionales y medios , de todo tipo, necesarios para conseguirlos (uno de ellos será, los espacios necesarios, deportivos y complementarios, para realizar y gestionar la actividad)	Licenciados en Educación física, arquitectos, Ingenieros, abogados, etc. Cuando la Administración no puede acometer la materialización de las ideas con medios propios, se apoyan en Consultoras externas especializadas en el sector Deportes e infraestructuras deportivas.
Los técnicos municipales/provinciales/ autonómicos de deportes, construcción e Ingenierías (en el caso del Sector Público) y colaboradores técnicos externos	Materialización de los proyectos, constructivos y de instalaciones técnicas de las instalaciones deportivas necesarias para cumplir los objetivos. Formalización y Gestión de procesos y documentos administrativos necesarios para la adjudicación, control y desarrollo de los proyectos técnicos	Licenciados en Educación física, arquitectos, Ingenieros, abogados, etc. Cuando no pueden acometer la materialización de las ideas con medios propios, se apoyan en Equipos Técnicos y Consultoras externas especializadas en el sector Deportes.
Técnicos de los Ambitos responsables de Normativas deportivas Locales/ comarcales/provinciales/autonómicas/nacionales/ internacionales	Homologación de espacios y materiales, según los correspondientes Reglamentos deportivos y de competición para los diferentes niveles desde la iniciación al espectáculo deportivo	Técnicos delegados de las Federaciones deportivas, en sus diferentes niveles. Representantes de clubs deportivos, afectados por el o los proyectos a desarrollar. Representantes del movimiento asociativo local, del ámbito deportivo a desarrollar
Técnicos de los Ambitos responsables de la aplicación y cumplimiento de las Normativas constructivas, medioambientales y de seguridad.	Generación de documentos de obligado cumplimiento que afectan al Sector de la construcción y seguridad de carácter Nacional, Autonómico/ provincial/ local y control del cumplimiento de estos. Principalmente afectan a los sistemas constructivos, materiales, su trasiego, implantación, seguridad, tratamiento medioambiental, residuos, accesibilidad, Sanidad, etc., de todos los procesos constructivos y al uso final del edificio.	Técnicos delegados (generalmente Arquitectos e Ingenieros) de Ministerios y de las oficinas técnicas, competentes en las diferentes Administraciones públicas implicadas. Obtención de los Visados de los proyectos de los correspondientes Colegios Profesionales (Arquitectos/Ingenieros) Contratación de los Seguros, decenales, de Responsabilidad Civil de los técnicos redactores de los mismos.
Los Agentes del Sistema vecinal y deportivo Local (en el caso del Sector Público Local/Municipal)	Consenso entre partes para la definición de las diferentes tipologías de servicios a partir de la representación de los usuarios, representados en los diferentes movimientos asociativos del ámbito local y por la Administración actuante, en el caso de los colectivos "no representados"	Técnicos municipales, deportivos, educativos, sociales, etc.. de las Federaciones deportivas en sus diferentes niveles. Representantes de clubs deportivos, afectados por el o los proyectos a desarrollar. Representantes del movimiento asociativo local, del ámbito a desarrollar
DE TOD@S, PARA TOD@S, CON TOD@S		

para ninguno de los Agentes implicados y pueden deteriorar el objetivo final. Estas circunstancias, nunca ayudan a mejorar la calidad ni el coste del producto acabado, a la vez que proyectan sombras sobre diferentes aspectos de su destino final que pueden obligar al Gestor del Centro Deportivo a trabajar en situaciones poco favorables, que seguramente podrían haberse evitado y por lo tanto nunca debieran haberse dado.

Al ser un proceso de “multi-responsables”, es complicado señalar a un “culpable” o responsable de un mal servicio o en condiciones inadecuadas. Es habitual que se le señale al “arquitecto” como responsable de un mal planteamiento del proyecto o un mal funcionamiento de la Instalación deportiva, y sin querer echar la culpa a terceros ni ser corporativista entiendo que, siendo esa una posibilidad cierta, tampoco será menos cierto que el buen trabajo de los técnicos redactores de los proyectos nace de una correcta definición de las demandas para que ellos solo tengan que hacer de “arquitectos” y no se atrevan a cubrir carencias de su entorno con manifiesta buena voluntad, pero con escaso conocimiento en general, de lo que es el deporte, sus infraestructuras y su gestión. Salvo casos excepcionales cuya especialización pudiera cubrir ciertos vacíos del Encargo profesional, “ningún arquitecto”, incluso especializado en el tema, puede hacer el mejor proyecto, en el menor tiempo y con los menores costes. Algo bastante común en las licitaciones, públicas, de los últimos años.

El trabajo “pluridisciplinar” exige a cada uno de los Agentes, un esfuerzo de concreción de las demandas y definición de los objetivos, sectoriales y operacionales, para que cada compañero de Equipo entienda exactamente su rol y lo resuelva según sus conocimientos y competencias haciéndolo compatible con las demandas y necesidades del resto del Equipo de trabajo.

El desarrollo de los trabajos en equipo necesita de tiempos compartidos de reflexión sobre la evolución de los trabajos y esta circunstancia choca con uno de los planteamientos más habituales en los Pliegos de condiciones para optar a la prestación de Servicios públicos, ya sean de carácter técnico, administrativo o deportivo.

El proceso de materialización de las ideas es complejo y dilatado en el tiempo, lo que no facilita el mantenimiento de la tensión de trabajo para sostener adecuadamente el hilo conductor necesario en la correcta materialización de los Proyectos. Es por eso que cada día es más necesaria la figura de un

**“El trabajo
“pluridisciplinar”
exige a cada uno
de los Agentes,
un esfuerzo de
concreción de las
demandas y
definición de los
objetivos, sectoriales
y operacionales,
para que cada
compañero de
Equipo entienda
exactamente su rol
y lo resuelva según
sus conocimientos
y competencias
haciéndolo
compatible con
las demandas y
necesidades del
resto del Equipo
de trabajo”**

“Director de procesos integrados, o de Proyecto”, que sea único interlocutor y que gestione las diferentes situaciones por las que ha de pasar el trámite administrativo, de ejecución de proyectos, de obra, recepción de las mismas y puesta de la nueva instalación deportiva.

¿Qué responsabilidades y roles le corresponden a cada Agente implicado en este proceso y que perfiles acostumbra a tener?

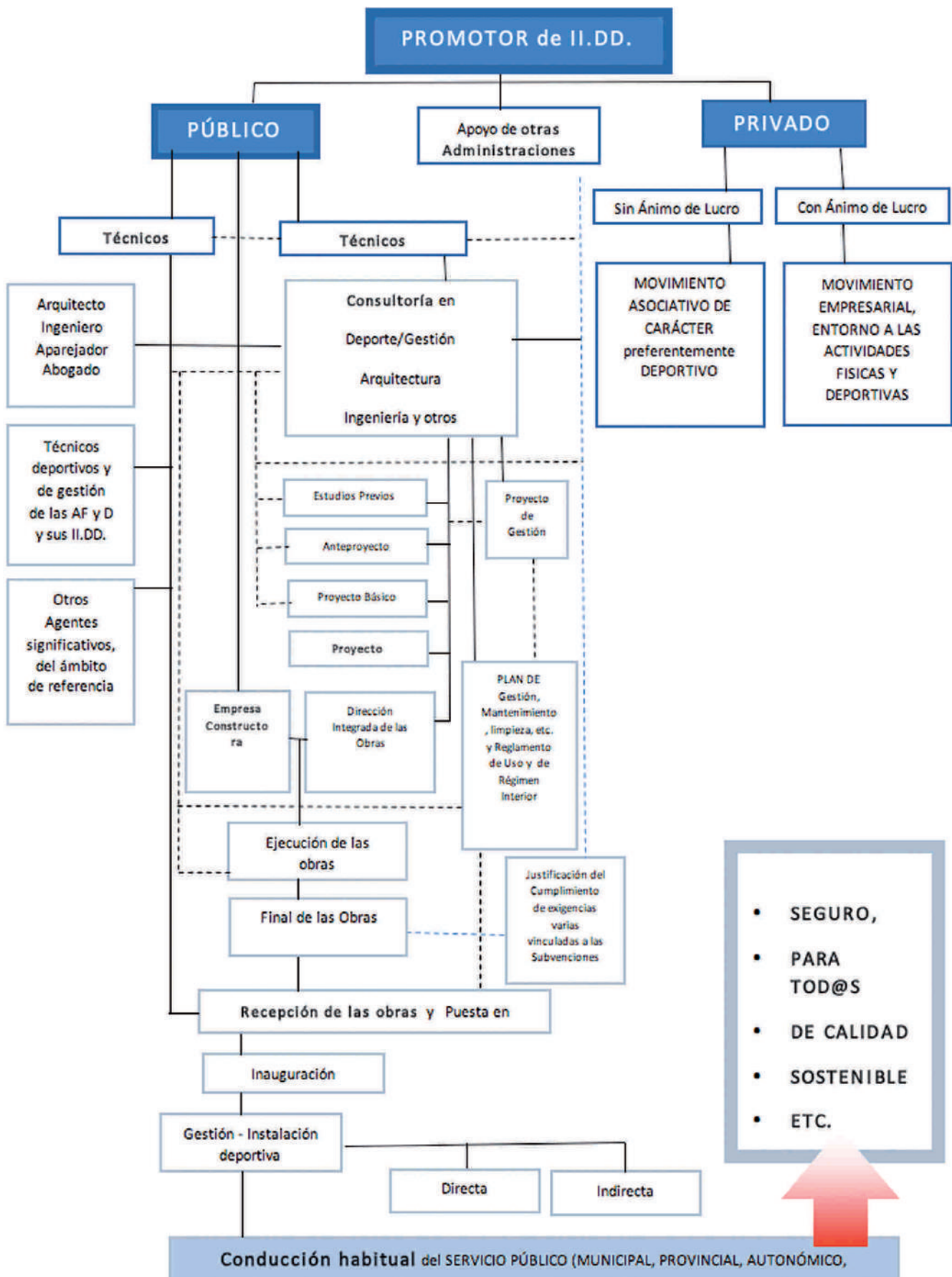
Como podemos observar el conjunto de técnicos y procesos que se han de cumplir en la materialización de las ideas que dan como resultado una instalación deportiva implica a múltiples Agentes, con perfil profesional muy diverso (técnicos, políticos, económicos, administrativos, jurídicos, etc..).

Si a este complejo sistema se le añade una deficiente información o una difícil interlocución/comunicación, entre las partes, se añaden nuevas dificultades que inciden negativamente en el cumplimiento de los cronogramas y en los ajustes a los tiempos asignados para los procesos. Estos desajustes en ciertos momentos llevan a un desconcierto profesional y administrativo que en nada ayuda a la buena relación entre las partes ni al consenso final.

Esta circunstancia junto con otras estructurales (educativas y de hábitos “peculiares”, en la Administración) dan como resultado que se alteren e incluso dinamiten los principios que ayudarían a sentar las bases de ese trabajo transversal y pluridisciplinar por el que tanto abogamos los técnicos del deporte y de la arquitectura deportiva.

Por todo lo dicho refrendamos una vez más que la transversalidad en el trabajo, de diseño y construcción de una instalación deportiva y del servicio que debe prestar, es el fruto de la suma de todos aquellos Agentes implicados en el proceso de materialización de las ideas y no solo de los arquitectos, aunque su trabajo sea el que de forma más evidente se vea representado en el edificio deportivo. Lo más importante son las personas y el servicio que les demos “no el edificio”, aunque no deje de tener su relevancia, no debe de ser mayor que la del trabajo del resto de los agentes implicados.

A efectos de facilitar la visualización de los momentos y relaciones que se deben establecer entre los diferentes Agentes del proceso de materialización de los proyectos y obras, nivel de esquema orientativo, planteamos el siguiente organigrama funcional:



Mismanagement

Sí, “mismanagement” podemos traducirlo como “mala gestión” y, nada más oír ese término en una conferencia sobre management en general, pensé en mis experiencias al respecto a lo largo de mi trabajo como asesor en distintos centros deportivos y lo mucho que me ha tocado ver, analizar y estudiar para tratar de ayudar a sus gestores para mejorar los resultados de las empresas.



FX Lasunción
fxl.sportsquality@gmail.com

Lo primero que se me ocurrió es anotar en frases breves aquellos errores más comunes con los que me he encontrado, pero no pude por menos que reflexionar al respecto y plantear algunas de las soluciones a aplicar por parte de los correspondientes gestores o directivos, habida cuenta de que somos nosotros los principales responsables de que se cometan, no los profesionales que colaboran con nosotros a sacar adelante el proyecto común. En definitiva, pensé que lo importante sería tratar de ayudar a mis colegas en su proceso de mejora continua para que lleguen al

máximo nivel de desarrollo profesional con criterios de excelencia en su labor de directores.

Obviamente, conviene resaltar que no todos los errores de mala gestión identificados y relatados, son comunes a todos y cada uno de los los gestores. Aunque sí es conveniente tomar conciencia de ellos para evitar que no se produzcan en nuestro ámbito de trabajo, para lo cual, es conveniente tener en cuenta las correspondientes medidas de prevención.

He aquí esa relación de errores y sus

correspondientes reflexiones y comentarios:

. Muestras de dejadez en cosas básicas. Desperfectos mantenidos sin arreglar y falta de calidad básica en las instalaciones, así como comportamiento inapropiado habitual de algunos profesionales.

. Igualitarismo. O tratar a todos de igual manera como si fuesen máquinas y no apreciando la singularidad de cada persona y la necesidad de ayudar a ser mejores a los demás a título individual.

. Negativismo. Limitación de la labor de los gestores a exigir el cumplimiento de normas y procedimientos formales. A ver sólo los fallos, obstáculos, errores, carencias, e inculcando el miedo a equivocarse. Cuando lo que mueve más a las personas es actuar con convicciones y el transmitirles optimismo al ayudarles a aspirar a la excelencia, estableciendo objetivos que valgan la pena, y sacando lo mejor de cada uno y de los recursos con que se cuenta; a la vez que ello ayuda a generar adictos a la causa, no a conseguir meros *followers* por obligación, ni meros robots.

. Mecanización excesiva. Una especie de cultura de la "robotización" de las operaciones y del comportamiento del personal, condicionando o no dejando campo a la creatividad y la innovación para mejorar el servicio, por una ciega normalización, robótica y tecnocracia que se aparta de una sabia adaptación a las circunstancias en pro de alcanzar la excelencia. Viene al caso aquí el comentario de Steve Jobs: " la tecnología no es nada. Lo importante es que tengamos fé en la gente, que sean buenas e inteligentes, y si les das herramientas, con ellas harán cosas maravillosas". (*)

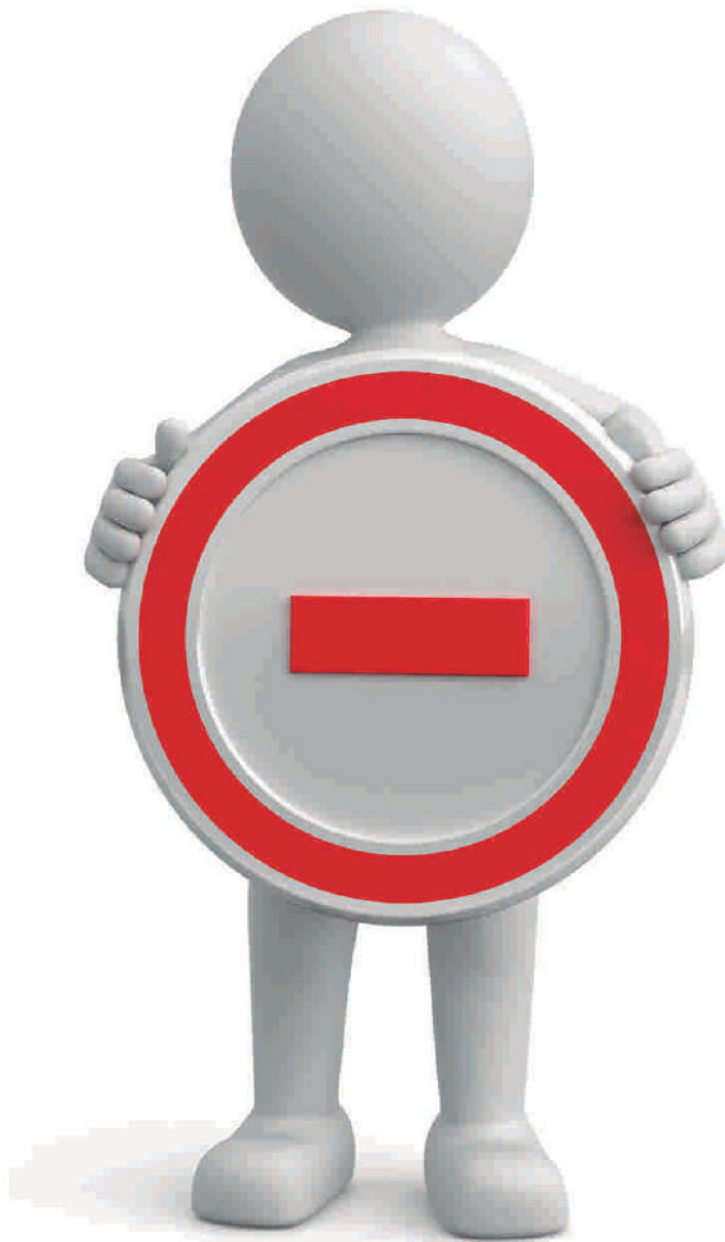
. Ambiente carente de visos de liderazgo. Evidencia de formalismo y falta de ámbitos o comportamientos de libertad, innovación y creatividad. Predominio de la organización, las normas y las reglas. Vienen al caso aquí, algunos comentarios de Jordi Gibert respecto a los gestores en su lección introductoria de un Master sobre Gestión de entidades deportivas, advirtiendo sobre la realidad existente y orientando a los futuros gestores para no caer en los errores denunciados.

Sólo una de cada 10 personas tiene las competencias necesarias para liderar un equipo y ocupar un puesto de dirección.

Para ser un buen jefe no es suficiente con ser o haber sido un buen técnico deportivo, o un buen ingeniero.

El buen directivo consigue que el personal y los clientes se impliquen en el proyecto de forma natural y mantienen

“¿Cómo se puede servir a los colaboradores si no se les ayuda a ser mejores y a alcanzar nuevas e ilusionantes metas, a partir de la ejemplaridad del que va por delante, con dedicación al proyecto y en su continua lucha por la mejora personal?”



una alta productividad de su equipo. Y ello requiere el estar motivado a compartir y ayudar, dedicando tiempo a escuchar, inspirar, comunicar y empatizar.

Por cierto, recién he recibido una carta de Javier García Aranda cuyo contenido parece estar hecho a propósito para cumplimentar las reflexiones que venimos haciendo. Esto dice un dirigente del deporte guipuzcuano durante buena parte de los años 90 y 2.000:

He leído con atención tu artículo sobre "La personalidad del manager líder" (cf. DEPORCAM N° 35) y como siempre que leo un texto trato de aprender alguna cosa concreta. En este caso, he aprendido que no se puede ser líder de algo si no se está profundamente entusiasmado con el proyecto que se lidera. Quizás en esa máxima radique la necesidad de, pasado un tiempo suficiente, abandonar el liderazgo del proyecto que se tiene entre manos o la organización que se dirige. El momento es aquel en que uno es consciente de que ha perdido el empuje suficiente para ser líder y se va a convertir en un mero ejecutivo, más o menos "presencialista", que aspira sólo a llegar a fin de mes con las mejores cuentas de resultados posibles (la suya y la de la entidad que dirige y que ya no lidera). Obviamente, la línea de separación entre ser líder y empezar a dejar de serlo es muy fina y, a menudo, no es fácil de percibir cuándo se cruza. Además, llegado el momento de la pérdida de pujanza, el líder que ha dejado de creer en su proyecto no siempre dispone de los recursos necesarios para redirigir su camino y, al tiempo, seguir atendiendo las necesidades económicas que cada uno tiene.

Quizá lo expuesto sólo se puede reconocer con el tiempo -la edad-, con la distancia -cuando sólo se pretende ejercer el liderazgo de las ideas- y, sobre todo, cuando uno ya no tiene nada que demostrar a los demás -porque, para bien o para mal, no tiene nada que demostrarse a sí mismo-. Quizás lo expuesto sólo sea una forma de hacer cada día la digestión de lo que a uno le ha pasado o le va pasando y le obliga a aceptar la realidad, para hacer frente al malestar que le supone la "disonancia cognitiva" de tener que aceptar que las cosas son como son y no como deberían ser. En todo caso, me hubiera gustado leer o escuchar esas ideas recogidas en tal artículo si fuera un treintañero, un líder en ciernes, que necesita escuchar esas cosas para comerse el mundo. En realidad tuve la suerte de escuchar esas reflexiones cuando yo era ese treintañero. Pero coincidirás conmigo en que es más fácil hacer "torreo de salón" que ponerse al frente de las tropas y conquistar "un nuevo mundo", aunque, a veces las tropas son mediocres (o muy mediocres) y el nuevo mundo es menos atractivo que lo que

parecía de lejos.

. Igualitarismo. Tanto en el trato al personal como a los clientes. Con la consiguiente frialdad en las relaciones sociales dentro de la entidad, cuando una de las características esenciales de los centros deportivos debe ser el facilitar las relaciones humanas y la generación de ámbitos de socialización.

. Afincamiento en el pasado. Carencia de formas, servicios y/o materiales considerados pasados de moda o propios de otros tiempos, así como carencia de mejoras estructurales, mediocridad de planteamientos o muestras de falta de tecnología adecuada a los tiempos o a la Misión de la entidad.

. Falta de liderazgo con el personal. Se les manda, se les enseñan las cosas pero no se les conduce y lleva a un estado de consciencia en que puedan asumir por sí mismo lo que se pretende que hagan para el bien del proyecto común, pues ¿Cómo se puede servir a los colaboradores si no se les ayuda a ser mejores y a alcanzar nuevas e ilusionantes metas, a partir de la ejemplaridad del que va por delante, con dedicación al proyecto y en su continua lucha por la mejora personal? Hay que tener en cuenta que, el talante de un buen líder no es tanto explicar, sino conducir a los discípulos a un estado de consciencia en que puedan ser ellos mismos los que descubran la esencia de lo que se les quiere transmitir.

. Informaciones corporativas impropias. En las que se coloca el "What" (el qué, o producto) por delante del "How" (el cómo se elabora ese producto o servicio) y del "Why" (el porqué, Misión o causa por la que existe la entidad, trabajan sus gentes y se adhieren los clientes). Todo lo contrario del correcto proceder de un buen dirigente líder de un proyecto corporativo claro y estimulante, que genera la adhesión de todos sus beneficiarios: su personal y de los clientes identificados como su público objetivo.

. Muestras de "blind managers" o directivos ciegos; que parecen buscar sólo el bien particular y objetivos desconocidos por el personal, o que se dejan deslumbrar por lo primero que ven, lo superficial, o los simples datos.

Olvidando que los datos no son el todo sino el principio para reflexionar e ir a la esencia de las cosas. ◀

(*) Cf. Tecnología ¿oportunidad o riesgo? Alfonso Arroyo Lorenzo. Blog LinkedIn.

“cuando lo que mueve más a las personas es actuar con convicciones y el optimismo al ayudarles a aspirar a la excelencia estableciendo objetivos que valgan la pena, y sacar lo mejor de cada uno y de los recursos con que se cuenta”

**NO VAYAS AL
GIMNASIO**

PRACTICA GO fit
EJERCICIO - NUTRICIÓN - DESCANSO - MOTIVACIÓN

go-fit.es

902 006 500

GO^{fit}

VIVE MÁS Y MEJOR

DELOITTE FOOTBALL MONEY LEAGUE 2018

10 Claves para la interpretación del gran informe de los ingresos del fútbol



Benito Pérez González
benitoperezgonzalez@gmail.com

Desde hace 21 años la consultora Deloitte publica su informe Football Money League (DFML) con los ingresos de los 20 clubes con mayores ganancias del fútbol mundial. El DFML ofrece una información muy útil, ya que permite conocer las ganancias de los clubes desglosadas por conceptos: taquillas, marketing y derechos de televisión.

Analizando las diferentes partidas de ingresos podemos comprender mejor la evolución de este negocio, en el que ca-

da vez son más los que opinan que hay una gran burbuja a punto de estallar.

Si además del DFML tomamos otros indicadores, como el ranking de puntos de la UEFA, que nos indica el éxito deportivo, el valor de las plantillas de Transfermarkt o el porcentaje de gastos de salarios -que se ajusta en casi todos los casos al 70% de los ingresos-, estaremos en disposición de comprender mejor cuál puede ser la evolución de este negocio tan atractivo para el gran público.



Equipo	País	2015/16 (informe Deloitte 2017)					2016/17 (informe Deloitte 2018)					Puntos Ranking UEFA marzo 2018	€ necesarios para punto UEFA	Puntos UEFA por millón € ingresado
		Posición DFML 2017	Match Day	Broadcasting	Commercial	TOTAL	Posición DFML 2018	Match Day	Broadcasting	Commercial	TOTAL			
			M€	M€	M€	M€		M€	M€	M€	M€			
Manchester Utd.	Inglaterra	1	137,5	187,7	363,8	689,0	1	125,2	225,9	325,2	676,3	82.000	8.248	121
Real Madrid	España	3	129,0	227,7	263,4	620,1	2	136,4	236,8	301,4	674,6	152.000	4.438	225
Barcelona	España	2	121,4	202,7	296,1	620,2	3	137,2	214,9	296,2	648,3	127.000	5.105	196
Bayern Munich	Alemania	4	101,8	147,6	342,6	592,0	4	97,7	146,7	343,4	587,8	127.000	4.628	216
Manchester City	Inglaterra	5	70,2	215,8	238,9	524,9	5	60,4	236,8	230,5	527,7	99.000	5.330	188
Arsenal	Inglaterra	7	133,6	192,0	142,9	468,5	6	116,4	234,7	136,5	487,6	83.000	5.875	170
Paris Saint Germain	Francia	6	92,5	123,1	305,3	520,9	7	90,2	121,9	274,1	486,2	109.000	4.461	224
Chelsea	Inglaterra	8	93,2	191,1	163,1	447,4	8	76,2	189,1	162,7	428,0	82.000	5.220	192
Liverpool	Inglaterra	9	75,9	168,1	159,8	403,8	9	80,1	182,5	161,6	424,2	53.000	8.004	125
Juventus	Italia	10	43,7	195,7	101,7	341,1	10	57,8	233,5	114,4	405,7	123.000	3.298	303
Tottenham Hotspur	Inglaterra	12	54,6	147,6	77,5	279,7	11	52,7	219,0	83,9	355,6	67.000	5.307	188
Borussia Dortmund	Alemania	11	61,1	82,6	140,2	283,9	12	58,6	125,8	148,2	332,6	88.000	3.780	265
At. Madrid	España	13	36,0	139,4	53,2	228,6	13	41,0	161,0	70,5	272,5	126.000	2.163	462
Leicester	Inglaterra	20	15,4	126,6	15,4	157,2	14	19,2	222,0	29,9	271,1	22.000	12.323	81
Inter	Italia	19	25,7	98,6	54,9	179,2	15	26,4	103,6	130,1	262,1	16.000	16.381	61
Schalke 04	Alemania	14	51,2	75,0	98,3	224,5	16	53,3	82,3	94,6	230,2	62.000	3.713	269
West Ham Utd.	Inglaterra	18	36,0	115,9	40,4	192,3	17	33,3	138,8	41,2	213,3	12.500	85.320	32
Southampton	Inglaterra					166,2	18	26,1	166,4	19,6	211,1	19.863	10.678	94
Napoli	Italia	30				144,2	19	19,4	147,0	34,3	200,7	88.666	2.264	442
Everton	Inglaterra	23				162,5	20	16,8	151,9	30,5	199,2	17.000	11.718	85

Tabla 1: Cuadro comparativo de los puntos en el ranking UEFA y los ingresos según Deloitte en 2018 y 2017 de los 20 clubes con mayores ganancias.
Match Day: Ingresos de taquilla y estadio; Broadcasting: Ingresos de derechos audiovisuales; Commercial: Ingresos de patrocinio y venta de productos del club.
Puntos UEFA obtenidos en <https://es.uefa.com/memberassociations/uefarankings/club/index.html>

“La Premier League y LaLiga mantienen su duelo por ser la mejor competición de fútbol del mundo, para aumentar su prestigio y con ello aumentar sus ingresos comerciales y de derechos audiovisuales”

Las 10 claves de los datos del DFML son en mi opinión las siguientes:

1. El DFML muestra la pujanza económica de la Premier League: 10 de los 20 clubes con más ingresos son ingleses. 3 son españoles, 3 alemanes, 3 italianos y 1 francés.

Los derechos de televisión de la Premier doblan a los derechos de otras ligas. También son superiores los ingresos de taquillas -estadios llenos y precios altos-. La reciente subasta de derechos para 3 años ha sido realizada con un descenso del 11% con respecto a la anterior venta centralizada, por lo que los clubes ingleses recibirán menos ingresos por este concepto en los próximos años. ¿Está pinchando la burbuja de los derechos de televisión?

2. El Manchester United sigue siendo el primer club por ingresos, pero perdiendo terreno frente a Real Madrid y FC Barcelona.

La cuenta que más se resiente es la comercial, que seguramente castiga el pobre bagaje deportivo de los "Red Devils" en el último lustro, mientras que el Real Madrid crece en todos los conceptos de ingreso gracias a sus éxitos deportivos y al incremento de los derechos de televisión conseguidos por LaLiga en su nueva venta centralizada.

3. El FC Barcelona mantiene su lucha por ser líder de ingresos con los dos grandes. Los azulgranas están a sólo un 5% de los ingresos de Real Madrid y Manchester United. Han sabido renegociar muy bien su patrocinio con Nike y firmar un nuevo contrato muy sustancioso con Rakuten como patrocinador principal.

4. El Real Madrid es el club con mayor potencial de crecimiento de ingresos. En los próximos años los blancos son, sin lugar a dudas, los que más pueden ver crecer su cuenta de ingresos, ya que, mientras que sus competidores han renovado recientemente sus patrocinios técnicos y comerciales, el Real Madrid deberá renegociar -muy al alza- sus contratos con Adidas y con Fly Emirates. Además, los de Concha Espina pretenden reformar su estadio y se especula con cifras mareantes por los derechos de Naming Rights del mismo.

5. Paris Saint Germain y Manchester City obtienen ingresos comerciales muy por encima de su valor real de mercado. Un secreto a voces es que PSG y City reciben ingresos comerciales de sus propietarios directos (Qatar y Emiratos Árabes) que están por encima de su valor de mercado. Esos ingresos que no provienen de su capacidad para generar ganancias en

el fútbol, les están permitiendo realizar, año tras año, inversiones en plantilla que no se podrían permitir en otras condiciones. ¿Aplicará la FIFA el Fair Play Financiero?

6. La Juventus no consigue incrementar significativamente sus ingresos comerciales y de estadio, a pesar de su éxito deportivo. Un signo común de todos los equipos de la Serie A es que la generación de ingresos por estadio es muy poco significativa,

en comparación con la capacidad de sus competidores de otras ligas. La asistencia a los partidos en esta liga es anormalmente bajo y se ha dado preferencia al mercado televisivo, que ofrece importantes sumas a los primeros equipos italianos.

7. El Bayern de Múnich consigue la primera plaza por ingresos comerciales. Los bávaros han tenido una discreta participación en la Champions del año pasado, y han ganado sin oposición la Bundesliga. Tienen excelentes contratos con su patrocinador técnico -Adidas- y principal -Deutsche Telekom-, pero lo que realmente marca la diferencia es la amplísima red de patrocinios secundarios, superiores a los de otros grandes clubes del continente.

8. El Arsenal consigue una excelente explotación del Emirates Stadium que le sitúa entre los mejores en ingresos por taquilla. Los londinenses, a pesar de sus discretos resultados deportivos, mantienen unos excelentes ingresos por estadio, sólo superados por los tres grandes del fútbol europeo. Sin lugar a dudas la gestión de su emblemático estadio es un modelo a seguir por otros.

9. Chelsea y Liverpool, dos históricos que mantienen sus puestos gracias a los derechos de televisión y a los ingresos comerciales. Chelsea y Liverpool no consiguieron sus objetivos en Europa, pero aun así mantienen sus altos ingresos gracias al valor de su marca y al incremento de los derechos de televisión conseguida para el trienio 2017-2019.

10. El Atlético de Madrid es el club más eficiente en su ratio de resultados deportivos por euro ingresado (ver gráfico 1). El Atlético de Madrid ha venido consiguiendo resultados deportivos muy por encima de su potencial económico. El segundo puesto conseguido en el ranking UEFA en el verano pasado es un hito que le ha permitido mejorar su situación económica y entrar en inversiones estratégicas en plantilla y estadio. Se augura un fuerte incremento de los ingresos comerciales y de taquilla gracias a su renovado prestigio y a su nuevo estadio: Wanda Metropolitano, que le ha permitido firmar el segundo mejor contrato de Naming Rights del fútbol europeo -10 millones de € por temporada-. Los rojiblancos son el equipo que consigue la mejor puntuación, con muchísima diferencia, en el ratio de puntos UEFA por euro ingresado.

Índice de eficiencia de los equipos

Para medir la eficiencia de los equipos del DFML podemos obtener la recta de regresión de los puntos UEFA que obtiene cada equipo por cada millón de euros ingresados. Aquellos equipos que se sitúan sobre la recta de regresión mostrarán un grado de eficiencia superior al de la media. Por su parte los que se encuentren por debajo serán aquellos con peor eficiencia económico-deportiva. ◀

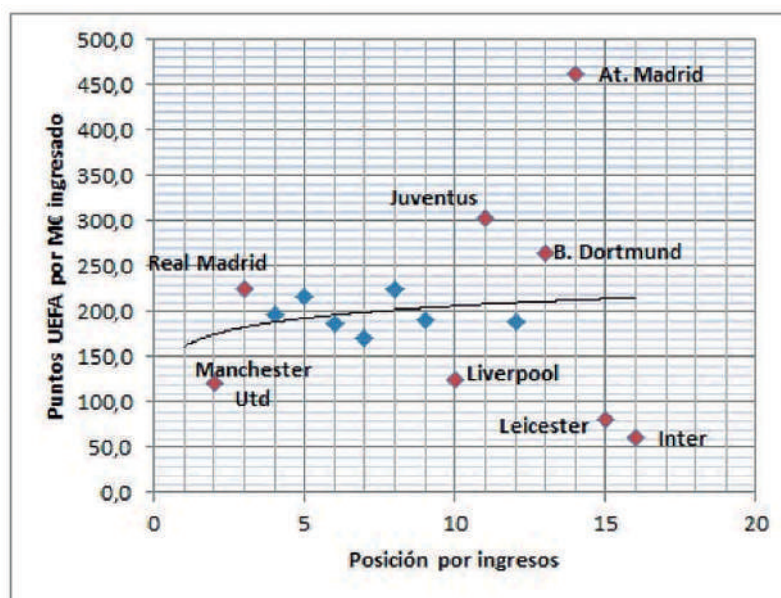


Gráfico 1: Recta de regresión de los puntos UEFA por cada millón de € de los 15 clubes con mayores ingresos en 2018. Por encima de la media: Real Madrid, Juventus, Borussia de Dortmund y Atlético de Madrid. Por debajo: M. United, Liverpool, Leicester e Inter de Milán.

ENTREVISTA

Francisco Javier Martín del Burgo

Fue el primer director de la Agencia Estatal Antidopaje, ponente de la Ley del Deporte de 1990, miembro de la Comisión Directiva del Consejo Superior de Deportes, diputado en el Congreso, presidente de la Diputación de Ciudad Real y viceconsejero de Castilla-La Mancha, entre otras responsabilidades. Ha sido distinguido con la Medalla de Oro al Mérito Deportivo Español, la Medalla de Oro al Mérito Deportivo de Castilla-La Mancha, en dos ocasiones, y la Cruz de Plata al Mérito de la Guardia Civil (por su labor contra el tráfico y el uso de sustancias dopantes). La Dirección General de Deportes y la Viceconsejería de Deportes de Castilla-La Mancha han recibido sendos Premios Nacionales del Deporte estando él al frente de las mismas.

Actualmente, es vicepresidente de la Federación Internacional de Pelota Vasca, presidente del Consejo Científico Asesor de la Universidad Isabel I y promotor del 'Programa Juega Limpio, Valor Educativo y Social del Deporte'.



Pedro Sta. Brígida
Periodista

DEPORCAM: ¿Qué representa el deporte en su trayectoria vital?

Javier Martín del Burgo: Aún reflexiono en debate interior si soy un deportista con vocación pública o una persona con proyección pública que practica deporte. Está en mi ADN físico e intelectual.

DC: Ha sido profesor de Educación Física, entrenador escolar de atletismo y gimnasia, juez árbitro... ¿cuál de estas facetas le ha llenado más?

JMB: Están relacionadas, no obstante, destaca como muy prevalente, la de profesor, que engloba la pedagogía aplicada al movimiento, conocimiento del cuerpo, competición y actividad física.

DC: Después de años en la docencia, incluso como director de un centro público, dio el salto a la gestión deportiva ¿por qué?

JMB: La "cosa pública", la política con letras mayúsculas, estar y ser parte del debate de las ideas para dar solución a problemas sociales, me acompañan permanentemente. Aportar y apostar por mejorar el estado de las cosas, es quizá, una de mis más destacadas divisas.

DC: También ha tenido importantes responsabilidades políticas, ha sido diputado en el Congreso, director general y viceconsejero en Castilla-La Mancha, presidente de la Diputación de Ciudad Real. Usted fue ponente de la Ley del Deporte del Estado Español. ¿Cree que la política presta suficiente atención al mundo del deporte?

JMB: Tradicionalmente, la Educación Física fue considerada una "maría" como asignatura. La democracia, la consideración social del deporte como beneficio para la persona, su expansión en el siglo XX y los JJOO de Barcelona 92 cambiaron esta tendencia y valoración. A mi juicio, deslindando el deporte profesional del resto, el deporte ha de estar muy ligado a la educación para su enraizamiento como parte indisoluble de la educación integral de la persona. Los poderes públicos han de fomentarlo.

DC: Usted es un ferviente defensor de que los deportistas de élite se formen, que estudien incluso una carrera universitaria y parece que hoy día ya son muchos los que lo hacen ¿es

así?

JMB: Caminamos por la senda adecuada, sin olvidar que el deporte de alta competición y los estudios superiores son dos sobresalientes esfuerzos al solaparse y coincidir en el tiempo. Procede, pues, diseñar medidas de incentivación y de compatibilidad de "facto" y de "iure".

DC: Uno de los aspectos destacables de su actividad vital es la defensa del juego limpio y la lucha contra el dopaje, ¿queda mucho camino aún por recorrer en este ámbito? ¿Siempre habrá tramposos?

JMB: Se estima en un 10% los casos que pueden "escapar" a controles legalmente establecidos, según el Código Mundial Antidopaje, es decir buscar atajos y ventajas para competir. El avance es evidente; la tolerancia cero ha de ser una constante para los gobiernos, instituciones y entidades deportivas.

DC: Actualmente, es uno de los impulsores del Programa Juega Limpio, Valor Educativo y Social del Deporte, en el que colaboran el Grupo Anaya y la Universidad Isabel I, ¿en qué consiste este proyecto?

JMB: El Programa "Juega limpio, valor educativo y social del deporte" es una iniciativa pionera como programa educativo innovador. En resumen va dirigido al profesorado y técnicos deportivos, un libro de texto, un libro guía de consulta que facilite el enfoque educativo del deporte y del juego

limpio, educar en valores, educación integral de la persona, sus transferencias a la vida diaria. Se complementa con un documental, recurso audiovisual. Como Director del Programa y co-redactor, agradezco la confianza y apoyo de instituciones, entidades y administraciones muy relevantes del deporte y de la educación en España. En fechas próximas será presentando, difundido y divulgado de forma amplia.

DC: Entre la multitud de reconocimientos que ha cosechado a lo largo de su vida figuran las medallas al mérito deportivo de España y de Castilla-La Mancha o el Premio Nacional del Deporte. ¿Qué sensación le produce haber recibido tan altas distinciones?

JMB: Alguna responsabilidad y mucho compromiso. Un honor.

DC: Ahora dedica parte de su tiempo al Consejo Científico Asesor de la Universidad Isabel I. ¿Cuáles son sus objetivos como presidente de este órgano universitario?

JMB: Esquemáticamente, prestar asesoramiento al equipo rectoral en el diseño de nuevas ofertas de titulaciones, avanzar en programas de investigación e innovación, atraer al sector empresarial, al emprendedor y a las administraciones a la Universidad y la búsqueda de la excelencia académica.

Todo ello sin invadir campos y competencias que no nos sean propias. ◀



El proceso de regularización de los Clubes Deportivos

UN NUEVO PARADIGMA EN LA GESTIÓN DE LAS ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO



Marcos Reinado

“ al lugar de práctica o actividad concreta, las entidades también han de atender las obligaciones en materia contable, fiscal y con las personas ”

La gestión y las obligaciones de los responsables de los clubes deportivos de base y de ámbito territorial se ha visto alterada en los últimos años por una serie de factores internos y externos que complican las tareas que hasta ahora desarrollaban en este tipo de entidades.

Si hasta la fecha la gestión voluntaria de los directivos se centraba en funciones técnicas, de soporte a la práctica y de representación, en la actualidad, la modificación, la aparición y aplicación de determinados marcos legislativos está complicando la gestión e incrementando la necesidad de recursos económicos.

El esquema siguiente representa el con-

junto de obligaciones de las entidades sin ánimo de lucro. Como podemos observar, más allá de las obligaciones de registro, de régimen interno y de otras normas sujetas al territorio, al lugar de práctica o actividad concreta, las entidades también han de atender las obligaciones en materia contable, fiscal y con las personas que, de forma voluntaria o por cuenta ajena (profesional), colaboran con la organización.

El registro de las entidades o el cumplimiento del régimen interno, así como las normativas básicas que regulan las competiciones, los lugares de práctica o la propia actividad son marcos legislativos muy interiorizados y conocidos por los directivos y presentan un nivel de cumplimiento bastante elevado.

No es así en lo referente a la relación que la entidad ha de establecer con

REGISTRO

RÉGIMEN INTERNO

CUMPLIMIENTO NORMATIVO

OBLIGACIONES DE LAS ENTIDADES

CONTABLE

FISCAL

CON LAS PERSONAS

trabajadores y voluntarios en lo referente al ámbito fiscal y contable.

Lamentablemente aún queda mucho camino por recorrer, mucha pedagogía por impartir y muchas conciencias que remover para iniciar, consolidar y, sobre todo, financiar el proceso de regularización que todas las entidades, con independencia de su tamaño, están obligadas a abordar y que podemos agrupar en 4 grandes áreas:

. 1er ámbito del proceso de regularización: la regularización del voluntariado.

Un voluntario es aquella persona que de forma libre y totalmente altruista (sin recibir ningún tipo de retribución) desarrolla funciones técnicas, administrativas, de soporte, de acompañamiento, de vigilancia, ... sin perjuicio del abono de los gastos reembolsables que el desempeño de la acción voluntaria le ocasione.

El marco legal de referencia del voluntariado está desarrollado por las competencias transferidas a algunas comunidades autónomas y para el resto por la Ley 45/2015, de 14 de octubre, de Voluntariado que deroga la Ley 6/1996, de 15 de enero.

Es conveniente regularizar la situación de estas personas facilitándoles la formación e información necesarias y cubriéndolas con un seguro de posibles accidentes o enfermedades derivados de la actividad y de su responsabilidad civil.

. 2º ámbito del proceso de regularización: la regularización de los profesionales

La mala aplicación o el desconocimiento de la legislación en materia de voluntariado hace que determinadas personas que desarrollan funciones en las entidades sean en realidad trabajadores por cuenta ajena encubiertos.

De hecho, así lo establece la inspección de trabajo si detecta personas que reciben retribuciones similares de forma periódica, con independencia de la cantidad satisfecha.

Más allá del debate ético o moral que hay en relación con este tema es conveniente detectar estos casos y regularizar a dichos trabajadores para evitar situaciones que, en la mayoría de los casos, suelen ser complejas, desagradables y muy caras para las entidades. Desde otra perspectiva y no menos importante, también hay que tener en cuenta que algunas comunidades autónomas están legislando a favor de la profesionalización del sector de la actividad física y del deporte con el fin de adaptar la formación de los profesionales a las actividades que desempeñan.



Es importante revisar los requerimientos de estas normas y la formación y acreditación de nuestro personal, sobre todo en los ámbitos deportivos de escuela y equipos federados (monitores y entrenadores) y en el ámbito de las actividades esporádicas de verano y de otras épocas del año.

. 3er ámbito del proceso de regularización: el cumplimiento de las obligaciones fiscales

La reforma fiscal aprobada a finales de 2014 obliga a muchas entidades a la confección de una contabilidad oficial con el objetivo de facilitar el proceso de liquidación del Impuesto de Sociedades y la aprobación y registro de los Libros de Contabilidad y de las Cuentas Anuales (CCAA).

Otro punto controvertido y que está generando dificultades entre el sector es la liquidación del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) que afecta a todos aquellos ingresos que los clubes tienen por actividades que no forman parte de su objeto social, como la restauración, la venta de material deportivo o merchandising o el patrocinio, entre otros.

La liquidación del Impuesto de Sociedades o del IVA no son más que una parte, quizás la más evidente, de los procesos fiscales que afectan a las entidades. Es conveniente que cada entidad se dote de los profesionales y de los recursos necesarios para abordar estos temas y determinar su situación fiscal para adaptarse de la forma más rápida posible.

. 4º ámbito del proceso de regularización: la financiación del proceso de regularización

El último de los ámbitos de regularización no es un ámbito propiamente dicho, más bien se trata de una consecuencia de todo lo demás.

Los procesos de regularización contable, fiscal y laboral están haciendo aflorar una serie de impuestos y de gastos que están poniendo en jaque la viabilidad económica de este tipo de organizaciones.

La tendencia alcista de los gastos sumada a la reducción que muchos clubes están teniendo de las subvencio-

“ las entidades, como agentes clave del sistema deportivo de nuestros municipios y ciudades, van a tener que afrontar un nuevo paradigma de gestión que reforzará a los más grandes, fuertes o mejor adaptados en detrimento de los pequeños, débiles y con pocos recursos para la gestión.”

nes y ayudas públicas implica un incremento de las cuotas que los padres pagan por la prestación de servicios que sus hijos reciben, pero, también, la necesidad de generar nuevas vías de ingreso a través de nuevos servicios al deportista, a la familia o al entorno comercial o empresarial de la zona.

A modo de conclusión, lo que está claro es que las entidades, como agentes clave del sistema deportivo de nuestros municipios y ciudades, van a tener que afrontar un nuevo paradigma de gestión que reforzará a los más grandes, fuertes o mejor adaptados en detrimento de los pequeños, débiles y con pocos recursos para la gestión.

Es importante tomar conciencia de la situación, tomarse la obligación como una oportunidad para el cambio y no como una amenaza y dotar a las entidades de los profesionales y de los recursos necesarios para iniciar un proceso que cambiará radicalmente la manera de gestionar, la prestación del servicio y la manera de relacionarse con el resto de los agentes del sistema deportivo y del territorio. ◀



Fernando Andrés Pérez
Arquitecto

Cagigal comentó en uno de sus libros como se enfocó el diseño de aquella iniciativa al decir: “En 1967 se inició la primera campaña de ambientación deportiva, obra muy personal del entonces Delegado Nacional de Deportes... en la cual logró la colaboración no interesada de otros organismos oficiales, principalmente la Televisión Española” (1). La primera fase no pudo ser más reveladora al emplear la palabra «ambientación» para definir su carácter general, destacaba también la importante participación televisiva en su realización y orientaba sobre la capacidad de Samaranch para reunir esfuerzos y montar equipos de trabajo.

Pero para lograr una ambientación general que pueda llegar a la mayoría de posibles receptores, es preciso que sus diseñadores tengan una personalidad abierta a las nuevas ideas y aficiones, y unos gustos polivalentes para que los mensajes puedan interesar a una multiplicidad de personas, con preferencias y gustos tan diferentes como variados. Esta condición la cumplía Samaranch a la perfección tanto en sus quehaceres profesionales como en sus propias actividades físico-deportivas.

Pese a ser profesor mercantil y haber cursado estudios empresariales se dedicó al principio a otras muchas cuestiones ligadas al deporte que más practicaba. Así comenzó jugando al hockey sobre patines, luego se interesó por el boxeo, el fútbol, la vela, etc., aunque en ningún momento fuera un deportista descollante en una modalidad concreta. Fue creador de la sección de hockey en el Real Club Español de Barcelona, innovó las reglas de juego al introducir el uso de una pelota en vez del disco original que se utilizaba en las pistas de hielo, pasó luego a ser delegado del equipo, entrenador, seleccionador nacional y acabó creando la Federación Española de Patinaje.

Ocupó también cargos directivos honoríficos en las federaciones de fútbol,



“para lograr una ambientación general que pueda llegar a la mayoría de posibles receptores, es preciso que sus diseñadores tengan una personalidad abierta a las nuevas ideas y aficiones”

SOBRE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

Los Objetivos del Contamos Contigo

baloncesto y atletismo.

En su larga trayectoria hasta trasladarse a Madrid organizó pruebas o colaboró en el montaje de múltiples competiciones de al menos veinte modalidades, tendiendo a lo polideportivo al organizar los Juegos del Mediterráneo, y al olimpismo, siendo nombrado Vicepresidente del COE (2).

Actuó de cronista de los Juegos de Helsinki de 1952 para un conocido periódico barcelonés (3), y desde entonces trabajó siempre en estrecha proximidad y sintonía con muchos profesionales de los medios de comunicación.

Esto le facilitó el que presintiera antes que nadie que la televisión sería decisiva para el desarrollo del deporte en el futuro. Televisión y Deporte comenzaron a colaborar en España en aquella ocasión y desde entonces se potenciaron mutuamente hasta unos niveles entonces inimaginables. Hoy parece

lógica esta interacción entre dos de los fenómenos sociales más importantes surgidos en el siglo XX, pero entonces casi nadie percibió tan claramente como él que ambos sectores tenían unos valores y modos de actuar que coincidían con algunos de los estereotipos de vida más típicos de la modernidad y que fueron convirtiéndose en modelos a imitar por parte de muchas personas. Podría resumirse su formación diciendo que tenía una gran amplitud de miras, múltiples experiencias, y una clara tendencia a innovar y manejar las técnicas de comunicación más modernas. No obstante, cuando en 1966 inició su gestión como Delegado Nacional era muy consciente de que la realidad deportiva catalana era muy diferente a la del resto del país, y que, en cualquier caso, no había una verdadera cultura deportiva en la sociedad española. Las prácticas físico-deportivas se entendían como algo muy ligado a la infancia y a la juventud, pero no estaban incluidas dentro de los horarios

del ciudadano medio, por lo que no generaban hábitos que pudieran mantenerse toda la vida. Por ello, no dudó en lanzar la campaña desde el primer momento, buscando al menos mejorar la mentalización general al respecto, qué tal vez era lo único que podía intentarse en aquel momento. ¿Pero cómo diseñarla?

LA METODOLOGÍA PARA LANZAR UNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN

En aquella época podía decirse que no se había lanzado todavía en Europa ninguna campaña de promoción de la práctica deportiva dirigida a toda la población. Apenas si se había producido un comentario en la Asamblea General de la ONU de 1948 sobre el «derecho al descanso y al disfrute del tiempo libre», y dos años después el director general de la UNESCO había indicado en la Conferencia de París que «a partir de aquel momento este organismo dedicaría sus esfuerzos a conseguir el acceso de todos a... los deportes como un aspecto de democratización de la sociedad y una preparación para su práctica durante toda la vida, y como un derecho y una necesidad de todos». Por lo tanto, podría decirse que hasta entonces no se habían hecho intentos ni existían metodologías recomendables a seguir para lanzar estas campañas. La psicología social indica que la formación de actitudes se produce como respuesta a un estímulo desencadenante, y que, de acuerdo con la ley de la prioridad, los resultados son más potentes cuanto antes se produce el efecto estimulador. También se tiene claro que en la etapa de la infancia (hasta los 5 o 6 años) las actitudes se forman sobre todo por la influencia sociocultural del entorno mediatizada por los padres. En estas edades tienen mucha importancia la escuela y la familia. Después la relación con otras personas o grupos sociales producen en el individuo unas influencias socioculturales directas, que pueden combinarse con la vivencia de una serie de experiencias aisladas o repetidas para completar su personalidad (4). Es decir, para la obtención de buenos resultados no basta solo con la predisposición mental, sino que se precisan las vivencias que generan experiencias, y un conocimiento de las bases y reglas de la actividad mostrada. Una vez entendida, el individuo analizará sus claves y valores, y podrá iniciarse un pro-



SOBRE LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN

Los Objetivos del Contamos Contigo

“estas campañas tienen múltiples similitudes con las de alfabetización de adultos, es decir, hay que comenzar explicando las bases de partida, la esencia del juego, el sentido de la competitividad en esa actividad y sus valores, para que, una vez conocido todo ello, puede iniciarse el proceso de identificación, y, tal vez luego, el de imitación.”

ceso de aceptación e identificación o un rechazo de la misma por cualquier razón.

Cuanto más se asemejan los valores personales con los generales algunos autores dicen que las características individuales coinciden con lo que denominan «el carácter nacional», y esto parece que les facilita el trabajar con estereotipos. Algo parecido fue lo que ocurría cuando a la vuelta de las citas olímpicas y ante los paupérrimos resultados de nuestro deporte, algún responsable político decía aquella vulgaridad de que «El español no sirve para el deporte». Cagigal siempre contestaba exaltado cuando oía estos comentarios. Decía que esta afirmación era sumamente incorrecta. El deporte debía servir para cada persona y no sus características para posibilitar, tal vez, el logro de una figura destacada. El deporte debía ser para hombre y no al revés.

Hoy en día, en que han realizado muchas iniciativas en este campo, se sabe que, además de conocerse este modo de producirse las actitudes, deben considerarse otras materias y cuestiones: las características sociales de los posibles receptores; las técnicas de comunicación más adecuadas; unas bases sencillas de las actividades propuestas, para que pueda iniciarse fácilmente el proceso de identificación; un plan de etapas que guíe en el aprendizaje orientando a los interesados; y unos mecanismos objetivos que posibiliten la evaluación de los progresos logrados.

Haremos algunos comentarios:

a) El modo de comunicar el mensaje

Resulta imprescindible elegir el procedimiento más adecuado, pues si el estímulo no llega al receptor, de nada sirven los preparativos y los trabajos realizados preparando la campaña. Influye en ello el lenguaje de la comunicación y el «slogan» empleado para captar la atención y facilitar la asimilación del mensaje de fondo.

En el caso analizado el lenguaje fue bastante variado, al utilizar algún rostro popular y algunas actividades universalmente valoradas. Incluso el manejo de los dibujos y las filmaciones dio las convenientes sensaciones de modernidad y sorpresa. Pero lo realmente desta-

cado por todos fue el «slogan», de gran agresividad al asegurarle al receptor que se contaba con él, lo que agradaba a todo el mundo, aunque no estuviera muy convencido de su verosimilitud. Un periódico de tirada nacional decía: «El deporte español ha conseguido a lo largo de 1968, un triunfo resonante no especificado en las estadísticas recientes. El de su slogan «Contamos Contigo», que no solo ha constituido un modelo de frase popular, si no que ha despertado una auténtica vocación nacional por el deporte en multitud de sus facetas hasta la fecha prácticamente desconocidas en España» (5).

Las retransmisiones televisivas fueron reduciendo este desconocimiento general de las diversas modalidades gracias a los comentaristas que nos indicaban en cada momento a qué zona de la pista de atletismo había que mirar por producirse lanzamientos o saltos, en qué espacio debía producirse el traslado del testigo en las pruebas de relevos, o como se contaban los puntos en el voleibol solamente cuando se poseía el servicio.

b) El proceso de identificación

Rossi-Mori ya decía «Solo conocer permite actuar», y esta frase que utilizaba en la planificación de equipamientos, tiene también plena vigencia en el campo de la promoción. Hoy se sabe que estas campañas tienen múltiples similitudes con las de alfabetización de adultos. Es decir, hay que comenzar explicando las bases de partida, la esencia del juego, el sentido de la competitividad en esa actividad y sus valores, para que, una vez conocido todo ello, puede iniciarse el proceso de identificación, y, tal vez luego, el de imitación.

c) La medición de resultados

Al pretenderse solo la mentalización, se confiaba en que el receptor sería capaz de caminar solo sin directrices técnicas, asesoramientos sobre el aprendizaje, fórmulas concretas de implementación, sistemas de encuadramiento, etc. ¡Sin duda todo esto no se podía plantear entonces porque no existían servicios deportivos locales en los que apoyarse y muchas veces tampoco había técnicos ni instalaciones!. Lógicamente tampoco se hizo una propuesta de aprendizaje

por etapas, ni se necesitó medir resultado alguno. Eso sí, el «slogan», pese a ser totalmente engañoso, figura entre los quince mejores anuncios publicitarios anteriores a la llegada de la democracia a nuestro país. Esto nos recuerda aquella sentencia humorística de «La Codorniz» que decía: «Cuando hay publicidad, raramente resplandece la verdad»

CAMBIA LA ESTRATEGIA DE LA DELEGACIÓN NACIONAL

Ante la imposibilidad de dar respuestas desde el sector público, y el fracaso de Samaranch al no obtener del Ministro los fondos que precisaba, comenzó a buscar otras salidas menos comprometidas. Así en una entrevista sobre la posible continuidad de la campaña a partir de 1969 dijo: «El éxito del «Contamos Contigo» ha residido primordialmente en el gran volumen de impactos, de llamadas, que la frase llevaba consigo. Ha tenido su momento y ha realizado su función, incluso superando todo lo previsible. En la conciencia de todos los españoles se ha clavado ya la intención que se perseguía en esta frase. Pero el proceso de este tipo de publicidad, como en cualquier otra circunstancia, debe proseguir adelante. Para la nueva campaña ya tenemos prevista la frase que sustituirá al «Contamos Contigo». Será: «Vive deportivamente»». (5)

Este «slogan» y el posterior, «Mantente en forma», pasaron prácticamente desapercibidos, pues en aquella época no se requerían mensajes sino recursos de todas clases, por lo que la posición del Delegado Nacional fue haciéndose cada vez más incómoda. Incluso se publicó algún anuncio en la prensa en que en ningún momento se prometía ayuda alguna al interesado, dejando el logro de cualquier resultado exclusivamente en sus manos. Decía lacónicamente: «Haz deporte, tal vez puedas llevar dentro un campeón».

Aprovechando el traslado de la sede de la Delegación Nacional de la calle Ferraz a la Ciudad Universitaria, se puso en marcha un Departamento de Promoción y Divulgación, con un presupuesto sumamente reducido.

Prácticamente casi se limitaba a conceder ayudas a las peticiones de los promotores de pruebas y actividades

locales, que habían tramitado sus demandas a través de las Delegaciones Provinciales. Estos solían ser organismos unipersonales de carácter representativo. La dinámica fue burocratizándose cada vez más hasta hacerse languideciente y olvidarse los efectos de la campaña. ◀

(1) "El deporte en la sociedad actual" - J. M. Capital - Página 127 Prensa Española y Editorial Magisterio Español - 1975.

(2) Los interesados en esta etapa pueden leer el magnífico libro: "Joan Antoni Samaranch - Regidor d' Esports de L'Ajuntament de Barcelona (1955 - 1961) de Juli Perras i López - Fundació Barcelona Olímpica.

(3) Publicó en mayo de 1952 una serie de artículos en el periódico "La Vanguardia".

(4) Véase al respecto el libro "Técnicas de persuasión" - J.A.C Brown - Alianza Editorial 1978.

(5) "Vive deportivamente, nuevo slogan deportivo para 1969" - Artículo publicado en el ABC del 03/01/1969 y firmado con las letras A.M.G.



“El éxito del «Contamos Contigo» ha residido primordialmente en el gran volumen de impactos, de llamadas, que la frase llevaba consigo; ha tenido su momento y ha realizado su función, incluso superando todo lo previsible”



Club Arsenal Madrid atesora el talento. Fer González subdirectora del club nos habla de su fitness mental



Fer González
Subdirectora de Arsenal
Femenino Madrid

“programa saludable dirigido a personas mayores con el objetivo de proporcionarles mayor calidad de vida y lograr un envejecimiento activo”

El Fitness Mental, es un programa de prevención de la salud, sobre el que yo he estado trabajando desde hace 9 años, debido a la experiencia vivida con Daniela, mi madre. Hace aproximadamente una década, le diagnosticaron la enfermedad Alzheimer y desde ese mismo momento, tuve la misión de que su mente y su cuerpo se mantuviesen activos el mayor tiempo posible.

Y me sirvió de gran ayuda un comentario que me hizo mi gran “admirada” **Alejandra Vallejo Nájera** con la que compartía muchas horas de gimnasio. Ella misma me dijo refiriéndose a mi madre, **“que no deje de caminar”**. Y esta parte, la tenía controlada y era fácil que se mantuviese activa. Al mismo tiempo, acudía a un centro de estimulación cognitiva para fomentar su actividad cerebral.

Entonces pensé, ¿por qué acudimos a estos centros cuando ya nos han detectado una enfermedad de deterioro cognitivo? Entendemos la actividad

física como algo necesario desde el punto de vista de prevención de la salud, ¿por qué no hacer lo mismo con nuestro cerebro, con alguna actividad específica? Cómo podemos estimular las capacidades cognitivas desde los centros deportivos? Hablo de personas sanas...

Entonces, diseñé un programa saludable dirigido a personas mayores con el objetivo de proporcionarles mayor calidad de vida y lograr un envejecimiento activo. Basado en el entrenamiento combinado de actividad física y estimulación cognitiva.

El **Fitness Mental** puede ayudar a nuestros mayores a sentirse diligentes, dinámicos y con un espíritu joven, al mismo tiempo que su práctica puede frenar el deterioro cognitivo con el fin de tratar de evitar o retrasar la aparición de enfermedades degenerativas como Alzheimer y otras demencias.

David Pozos, Licenciado en Ciencias de Actividad Física y el Deporte, gran amigo y colaborador mío en los cur-

ses de formación de Fitness Mental, defiende los programas multicomponente y los argumenta basándose en lo siguiente:

. los programas de ejercicio físico multicomponente y particularmente el entrenamiento de la fuerza, constituyen las intervenciones más eficaces para retrasar la discapacidad y otros eventos adversos. Asimismo, han demostrado su efectividad en otros dominios fuertemente asociados a este síndrome como son las caídas, el deterioro cognitivo y la depresión.

“Ejercicio físico es salud. Prevención y tratamiento de enfermedades mediante la prescripción de ejercicio”. Izquierdo M. y Cols.

. el programa de entrenamiento combinado de memoria y psicomotricidad es efectivo para mejorar el rendimiento cognitivo de los adultos mayores sanos

. por tal motivo, es importante emplear este tipo de programas de forma temprana para evitar o retrasar el deterioro cognitivo asociado con la edad y/o prevenir, además, el desarrollo de demencias en esta población.

Efectos cognitivos de un entrenamiento combinado de memoria y psicomotricidad en adultos mayores” Valencia, C. et al, Rev. Neurológica 2008; 46 (8): 465-471

El **Fitness Mental** Consiste en una sesión de de entrenamiento que utiliza una metodología por intervalos, en la que se va alternando actividad física con trabajo de estimulación mental.

De esta forma se consigue de manera dinámica y divertida favorecer la estimulación cognitiva y mantener un buen nivel de condición física y la salud.

Los objetivos que se pretenden con esta actividad son de diferentes tipos:

A nivel físico: Mantener y/o mejorar tono muscular, resistencia cardiovascular, movilidad, coordinación y equilibrio.

A nivel cognitivo: Estimular y mantener las capacidades cognitivas preservadas, como la orientación temporal-espacial, la atención, percepción auditiva y visual, lenguaje, memoria sensorial e inmediata, las praxias, sobre todo de tipo gestual.

A nivel psicológico: Prevenir y/o disminuir trastornos psicológicos que pueden afectar al estado de ánimo o al comportamiento, así como minimizar el estrés.



ACTIVA TU CUERPO Y ESTIMULA TU MENTE

A nivel funcional: Fomentar y mantener la autonomía de la persona en las actividades básicas de su vida diaria

A nivel social: Se fomenta la interacción con otras personas mayores, con la posibilidad de crear nuevas redes sociales. En general, aportar nuevas actividades para contribuir a la calidad de vida del mayor.

El año pasado la Consejería de Educación y Deporte, me dio la oportunidad de formar a un grupo de instructores como Coach en Fitness Mental y fueron los primeros en incorporar esta disciplina en una de sus instalaciones deportivas, Canal de Isabel II

En Arsenal Femenino Madrid, hemos impartido una charla para las socias hace unas semanas, sobre los beneficios del Fitness Mental, generando gran expectativa y deseo de comenzar a disfrutar de las estas sesiones, por lo que en breve tendremos en nuestro horario esta actividad. >>

“los programas de ejercicio físico multicomponente y particularmente el entrenamiento de la fuerza, constituyen las intervenciones más eficaces para retrasar la discapacidad y otros eventos adversos”



EJEMPLO DE SESION

Minutos	Tiempo	Contenido	Material	Música
0 a 10 min	10 min	aerobic	fitball	Cuadrada 120- 130 bits
10 a 20 min	10 min	Estimulación cognitiva	Ficha de atención Ficha de lecto escritura Ficha de funciones ejecutivas Mandala	Música clásica
20 a 30 min	10 min	Pilates	Theraband y matt	Música adaptada
30 a 40 min	10 min	Estimulación cognitiva	Ficha de atención Ficha de cálculo. Ficha de memoria. Mandala	Música clásica.
40 a 50 min	10 min	Circuito de fuerza. 2 circuitos de 5 estaciones (45'' de trabajo)	Balones medicinales. Mancuernas. Barras de peso. Gomas	Música adaptada.
50 a 58 min	8 min	Juegos a elegir:	memory Dominó Cartas	Música clásica
58 a 60 min	2 min	Estiramiento final		Canción final

Mandala para la concentración



El programa **Fitness Mental** está avalado por el neurólogo Pedro Luis Guardado, que en la charla de Arsenal Madrid explicaba que **“el envejecimiento acarrea empeoramiento en dominios cognitivos como la atención, memoria, lenguaje y funciones ejecutivas”**.

Estos déficits cognitivos tienen profundo impacto en las actividades de la vida diaria y la calidad de vida. Y es **que estudios longitudinales demuestran declive de memoria desde los 30 años y del volumen de hipocampus. Por eso, actividades como el Fitness Mental pueden ayudar a combatir el envejecimiento cerebral, “frenar la pérdida de memoria con el fin de evitar o retrasar la aparición de enfermedades que afectan al deterioro cognitivo”**.

Para el **doctor Guardado** es de vital importancia proteger nuestro cerebro y así reducir las chances de presentar deterioro cognitivo. De ahí, la importancia de tener hábitos que nos ayuden a mantener nuestro cerebro saludable, como es esta nueva actividad de Fitness Mental. **“Además de las actividades mentales y la actividad física que aporta esta disciplina, se aconseja una alimentación saludable (preferiblemente la dieta Mediterránea), controlar los factores de riesgo vascular como la hipertensión, la diabetes y el sobrepeso; un descanso adecuado y reducir el estrés”**. Pedro también nos contó cómo influye “la reserva cognitiva, es la capacidad que tiene nuestro cerebro para hacer frente a las diferentes agresiones que puede sufrir, y que está relacionada con factores como los años de educación, los ingresos, el trabajo y el ocio, y la complejidad de estos, etc”.

La Psicóloga **Laura Pleguezuelos** comenzó su charla en Arsenal, hablando del cerebro y de la estimulación cognitiva diciendo: “El cerebro es un músculo que necesita acción, y la Estimulación Cognitiva es una forma de “gimnasia mental” que tiene por objetivo ejercitar las distintas capacidades cognitivas. Con la edad, el funcionamiento mental o cognitivo se hace más lento y eso influye en capacidades como la memoria. Se precisa de más tiempo para procesar la información. Un deterioro que no afecta por igual a todas las personas y se debe a diferentes factores”.

“La estimulación cognitiva, como la que se consigue practicando Fitness Mental, consiste en ejercitar las capacidades cognitivas existentes (memoria, lenguaje, atención, concentración, razonamiento, abstracción, orienta-

ción, praxias), con el objetivo de preservar y mejorar su funcionamiento o enlentecer el deterioro de ciertas funciones producido por algún tipo de proceso neurodegenerativo”.

Para trabajar las diferentes capacidades cognitivas se realizarán una serie de actividades de estimulación previamente validadas y elaboradas por especialistas.

. Fichas de estimulación cognitiva para adultos elaboradas por Andrés Sardinero Peña, neuropsicólogo y profesor de la UCM.

. Juegos grupales de entrenamiento mental.

También nos contaba que para un correcto desarrollo del programa **Fitness Mental** partimos de una **valoración exhaustiva** de las capacidades cognitivas de cada participante.

Esta valoración tiene las siguientes características:

- Es realizada por una psicóloga especializada en entrenamiento y rehabilitación cognitiva.
- Emplea pruebas neuropsicológicas estandarizadas, con fiabilidad y validez probadas.
- Tiene una duración aproximada de una hora.
- El resultado de la valoración se plas-

ma en un informe realizado por la psicóloga y que se entregará personalmente a cada participante explicando el contenido del mismo.

Esta evaluación previa de cada participante permite a la persona conocer su estado cognitivo y a los especialistas que implantan el programa poder adaptar las actividades al perfil de cada participante, teniendo en cuenta sus puntos fuertes y débiles.

Al final del curso se volverá a realizar una nueva evaluación con el objetivo de conocer los cambios a nivel cognitivo que ha sufrido la persona durante este tiempo y saber de primera mano las repercusiones del entrenamiento mental obtenido a través del programa Fitness Mental.

Sólo una cosa más, la persona que imparta estas sesiones deber ser tener unas cualidades especiales para ejercer como coach de Fitness Mental y ayudar a mejorar la calidad de vida de sus alumnos, proporcionando el entrenamiento **“bienestar emocional, mejora de la autoestima e independencia para tomar decisiones, capacidad de superación, desmitificar y desdramatizar ciertas situaciones, sentirse más joven y espíritu jovial y nuevas ilusiones de vida, evitando, por ejemplo, el “síndrome del nido vacío” (sobre todo mujeres)”**. ◀



Los alumnos de los colegios nos invitan a ser más activos. Con el **International No Elevators Day 4 Schools** son ellos los que se ponen al frente de la lucha contra el sedentarismo

Deporte para la Educación y la Salud junto a los colegios colaboradores del proyecto acaban de lanzar el vídeo oficial de invitación a los colegios. Un vídeo colaborativo elaborado entre todos los colegios con imágenes de niños invitándonos a sumarnos a un estilo de vida activa y subir las escaleras cada día.

El Consejo Superior de Deportes y el Centro Nacional de Innovación e Investigación Educativa están dando un especial soporte en España a este proyecto piloto muy íntimamente relacionado con el Plan Estratégico de Salud Escolar. A nivel internacional, los padrinos, son también organizaciones de máximo nivel como la Comisión Europea o la International Sport and Culture Association (ISCA).

Pronto se empezarán a distribuir la guía de organización para los centros educativos que se vayan registrando y también las fichas educativas en que las escaleras se hacen presentes en las asignaturas de matemáticas, plástica, geografía, lengua, música, historia...

Y también habrá una competición con tres categorías de reconocimiento:

. Challenge Social Agents: Colegio con mejores agentes sociales promotores de la actividad: Reconocimiento al colegio que más personas (vecinos y visitas a ayuntamiento, bomberos, policía...) hayan sensibilizado sus alumnos.

. Challenge Charity Campaign: Colegio con mejor campaña solidaria: Reconocimiento especial al colegio que más fondos haya captado (proporcionalmente al número de alumnos).

. Challenge Public Administration: Municipio con mayor número de colegios, empresas, organizaciones registradas oficialmente en el No Elevators Day.

La entrega de las placas de reconocimiento se realizará durante el IV Simposio Deporte para la Educación y la Salud, evento en que los ganadores compartirán una mesa redonda en la que expondrán su experiencia y las claves de su éxito.

La iniciativa ya está siendo seguida internacionalmente gracias a la difusión que se está realizando desde la coordinación del Día Internacional sin Ascensores en Europa que también publica las noticias de los colegios, sus vídeos y que llevará este proyecto piloto de España a todos los colegios de Europa en 2019.

Próximamente se dará a conocer el nombre del deportista de carreras verticales que será el **embajador del evento en el año 2018**. Un deportista de alto nivel nacido en España.

Como recomiendan desde la coordinación europea, **“Stay tuned”** y, sobre todo, **“keep climbing every day for your health”**.

Toda la información del evento y el proyecto para los centros educativos se irá publicando puntualmente en la web de la ONG, www.educacondedeporte.org ◀





FEDERACIÓN MADRILEÑA DE JUDO Y DEPORTES ASOCIADOS



Pabellón Deportivo Municipal Villaviciosa de Odón

MATRIX

LA NUEVA CYCLO INDOOR DE MATRIX PRECISA, FIABLE E INNOVADORA

La revolucionaria CXM Training Cycle aúna todo aquello buscado: confort, durabilidad, facilidad de uso y belleza. La consola LCD muestra claramente las métricas clave y ofrece un funcionamiento sencillo para cambiar entre vatios, frecuencia cardiaca, RPMs, calorías o distancia.

Compatible con todas las aplicaciones de trazabilidad del mercado. La resistencia magnética sin contacto proporciona ajustes suaves y repetibles para ayudar a los usuarios a afinar su carrera. Diseño orientado al detalle y a permitir que cada usuario pueda ajustar la bicicleta intuitivamente y sin esfuerzo.

Descubre más en www.matrixfitness.es

91 488 55 25

