

# DEPORcam

LA REVISTA DEL CÍRCULO DE GESTORES

NÚMERO 42

EDITA INGESPOR



ENTREVISTAMOS A

# María José Rienda

PRESIDENTA DEL CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES

**ARTÍCULO :**

José Luis Llortente  
escribe sobre "Vitamina X"

**REPORTAJE :**

El Mindfulness  
de GO fit

**EMPRESA :**

Nuevos productos  
"Active Agin" de Matrix Fitness









# 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](http://technogym.com/skillrun)

**TECHNOGYM**

The Wellness Company



### Orgullo y responsabilidad

Empecé a colaborar con Manuel Zambrana en 2004. Durante estos 15 años fui pasando de escribir un artículo de una página a participar en la redacción de reportajes de fondo, coordinar las colaboraciones o hacer entrevistas de perfil a protagonistas del deporte. He disfrutado y aprendido muchísimo. Este trabajo me ha ayudado a ordenar mis ideas a través de la escritura, a ser mejor profesor e investigador, a respetar -más si cabe- una de las profesiones más bonitas del mundo, el periodismo, y a compartir conocimiento con el elenco de magníficos colaboradores con los que contó Manuel a lo largo de estos años.

Ahora me toca dirigir esta publicación, que fue el “ojito derecho” de mi maestro y amigo. *Deporcam* le mantuvo ocupado hasta el último día y yo me comprometo a seguir trabajando para que la revista esté justamente en el sitio en el que él querría que estuviese en cada momento. Los testimonios que escribimos en el número 41 coincidían reiteradamente en la capacidad que tenía Manuel para ser empático y ejemplar. Sus enseñanzas y las miles de anécdotas que nos dejó, con su torrencial vitalidad, nos seguirán acompañando como eficaz recurso para que *Deporcam* nunca pierda su estilo ni su sello.

Quiero dar las gracias a Nacho Zambrana por su confianza en mí, a Gabriel Sáez por querer que la obra de Manuel siga viva a través de su revista y a todos los colaboradores, lectores y amigos que hacen realidad este proyecto.

**Benito Pérez González**

*Director de Deporcam*





Así, en **AQA Los Prunos** la tecnología cobra una relevancia máxima, pero manteniendo su función de herramienta y convirtiéndola en un medio, no en un fin. Su finalidad es proporcionar al abonado una experiencia única, pero sin que él se dé prácticamente cuenta de ello. Fruto de las diferentes colaboraciones con empresas líderes del sector, **AQA Los Prunos** ha conseguido aportar a sus abonados AQA un valor añadido que difícilmente podrán encontrar en otra instalación concesional en España... Servicios como:

- La actividad MX4 (HIIT) tanto en su modalidad de clases dirigidas por master trainers como en uso libre,
- Las sesiones experienciales de la nueva boutique de ciclo,
- La experiencia de los diferentes programas Classic y Premium de EGYM,
- La total conectividad de las máquinas de cardio MATRIX,
- Actividades relevantes como el Pilates en suspensión,

# Centro AQA Los Prunos

*2019 va a ser un gran año para el centro AQA Los Prunos, ubicado en la madrileña Avenida de los Prunos, en el distrito de Hortaleza.*

*Si el año pasado se cumplieron 20 años del nacimiento de la empresa que lo gestiona, GAIA GD, este año se cumplirá el 10º aniversario de la apertura de este centro de referencia en la gestión pública en Madrid.*

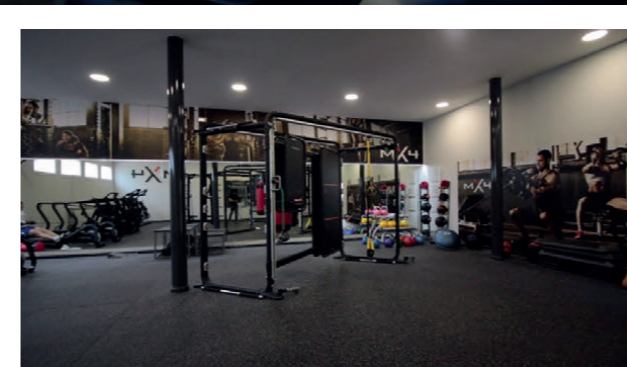
Y **AQA Los Prunos** lo celebrará con una semana completa, entre el 8 y el 14 de abril de actividades y eventos, encaminados a dar relevancia al disfrute del abonado, que es la pieza más importante del servicio. Todo coronado con un maratón solidario realizado por el ultraatleta José Carlos Sabrido, que desde el sábado 10 de abril nadará 10 km, correrá 84 km en cinta y hará 420km sobre una bici de ciclo indoor, todo ello para recaudar fondos para la Fundación Síndrome de Dravet.

Han sido 10 años de crecimiento continuo, de mejora en el servicio, de adaptación a las necesidades que han ido trayendo los nuevos tiempos.

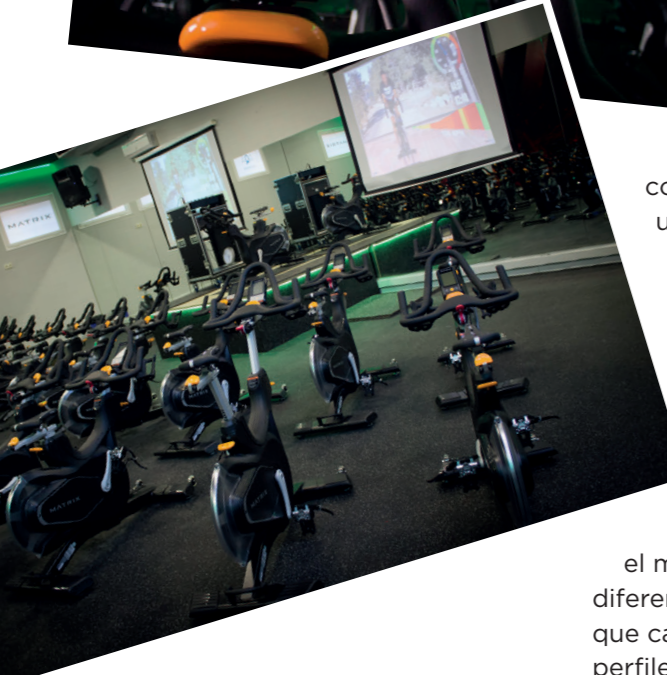
Y es ahí donde ha residido el gran éxito de **AQA Los Prunos**, en la adaptación a los nuevos tiempos. No es fácil llevar 10 años en un sector que ahora se ha vuelto tan cambiante y seguir ofreciendo un servicio excelente y actualizado. Más aún si tenemos en cuenta que el perfil de los abonados de este centro se divide casi a partes iguales entre personas mayores que asisten al centro a tratar de mantener un ritmo de vida saludable, jóvenes que vienen a socializar y a mejorar su forma física y trabajadores que buscan un equilibrio entre cuerpo y mente que les ayude a mantener el exigente ritmo que marcan las empresas en el día a día.

Sin olvidarnos de los clásicos jugadores de Pádel, las familias y un largo etcétera de usuarios con muy variopintas necesidades.

Muestra de la adaptación de **AQA Los Prunos**, son los cambios producidos en la instalación en el último año. Estos cambios no sólo suponen una mejora sustancial en las instalaciones, sino que obedecen a un cambio en el rumbo de la gestión del centro, orientándose a ofrecer una experiencia inolvidable a los abonados, con una oferta amplia y variada, enfocada a la salud y al bienestar, pero sin olvidarse de aquellos que quieren un poco más.







*Han sido 10 años de crecimiento continuo, de mejora en el servicio, de adaptación a las necesidades que han ido trayendo los nuevos tiempos.*

Todo ello incluido en la cuota AQA, para aportar al abonado una experiencia inolvidable, todo ello sin olvidarse del objetivo principal que es que el abonado consiga sus objetivos de una forma entretenida.

Además de todo esto, si algo caracteriza a AQA Los Prunos es el trato que el personal ofrece a los abonados. Un trato profesional, cercano y amigable pero siempre con el máximo respeto a las diferentes consideraciones que caracterizan los diferentes perfiles que asisten a entrenar a diario.

Es impresionante acercarse entre diario a las 11 de la mañana por la instalación y ver que por allí pueden pasar a lo largo de la mañana más de 500 usuarios de un perfil de edad avanzada. Las clases llenas, el Spa lleno, la sala Fitness llena, etc. Y las clases no son los típicos mantenimientos, gerontos, etc. Rompen los estándares, asistiendo a

clases de Zumba, danza del vientre, Pilates o bailes latinos, demostrando que la actividad continuada y racionalizada, no sólo alarga la vida, sino la calidad de la misma y la vitalidad con la que ésta se disfruta.

Si por el contrario asistimos a medio día, comprobaremos que AQA Los Prunos tiene una gran oferta de actividades para los perfiles Corporate, trabajadores generalmente de mediana edad que buscan un entrenamiento rápido y a la vez eficiente. Las nuevas tendencias del HIIT demuestran que esto no sólo es posible, sino que es lo recomendable. La eficacia de las actividades de alta intensidad y corta duración está a día de hoy fuera de toda duda, y es ahí donde AQA Los Prunos ha marcado la diferencia con el resto de instalaciones municipales, reservando un espacio único para la actividad MX4, impartida por master trainers de la modalidad, que desarrollan clases eficientes al máximo, muy entretenidas y todo ello en 30 minutos.

No podemos olvidarnos finalmente de los diferentes servicios que AQA Los Prunos ofrece a sus clientes, servicios que en estos 10 años han

demostrado aportar una calidad y eficacia fuera de toda duda.

- Servicio de Fisioterapia y estética. 6 cabinas dotadas de la más moderna tecnología y las técnicas más innovadoras, todo ello puesto en marcha por un personal que se caracteriza por su profesionalidad y por su excelente trato al cliente.
- Escuelas deportivas de Pádel. Un clásico ya en AQA Los Prunos. 12 pistas, más de 700 cursillistas, pozos, ranking, competiciones, Club social... Todo lo que un gran "padelero" puede estar buscando en una instalación de Pádel.
- Escuelas deportivas de natación. Los mejores profesionales al servicio de nuestros niños y no tan niños, ya que las clases que se ofrecen abarcan todos los rangos de edad, desde bebés hasta 3ª edad, pasando por perfeccionamiento y Triatlón
- Entrenamiento personal. Los mejores entrenadores personales al servicio de los abonados, a través del servicio de 360 Trainer.
- Servicio de cafetería, donde

se puede encontrar un momento para tomar un refrigerio y prepararse para el resto de la jornada, o simplemente esperar tomando un café o un refresco mientras los niños están en clase.

- SPA. El enorme SPA situado en las plantas dos y 3 del centro, unido al vaso de efectos que se ubica en la zona de piscinas, confieren a AQA Los Prunos uno de los espacios de relajación y esparcimiento más completos y amplios del servicio concesional. Unido a los dos solariums con vistas al recinto ferial Juan Carlos I, lo convierten en una experiencia única a nivel nacional.

Todo ello ha

conseguido que el éxito de la instalación haya sido tal, que se ha tenido que implantar una lista de espera, orientada a garantizar la máxima calidad al abonado existente, aunque ello suponga que haya otros muchos esperando para poder disfrutar de este magnífico centro. Este es un efecto necesario, derivado del gran trabajo que se está haciendo y que hace que tenga unas tasas de rotación muy por debajo del sector, ya que nadie quiere darse de baja de un servicio tan excelente.





## EL CÍRCULO DE GESTORES COMIENZA LA TEMPORADA 2019

**El Círculo de Gestores Deportivos de Madrid ha desarrollado numerosas jornadas y visitas de interés para los asociados.**

El Círculo de Gestores Deportivos de Madrid, perteneciente a la Federación de Asociaciones de Gestores Deportivos Española (FAGDE), comienza el año con muchas ganas de seguir siendo un punto de encuentro y reunión de los gestores deportivos tanto del ámbito público como del privado de la Comunidad de Madrid, y continuará con su objetivo de ofrecer actividades y servicios de carácter profesional que aporten valor a sus asociados.

Las primeras jornadas del año, se desarrollaron durante los días 13 y 14 de febrero, en las que más de **70 directivos, gestores y coordinadores de la Comunidad de Madrid** coincidieron en el Polideportivo de la Dehesa de Navalcarbón con el objetivo de conocer con más detalle diferentes aspectos sobre la gestión y dirección de clubes deportivos.

El acto comenzó con la entrega de un trofeo en agradecimiento a su gran labor al concejal de Deporte de las Rozas, José Cabrera quién recientemente recibió el Premio Siete Estrellas del Deporte de la Comunidad de Madrid por parte de D<sup>a</sup>. Milagros Díaz Díaz.

La presentación oficial del evento se realizó por parte de Don Pablo Sánchez Buján, que dio paso a las ponencias. Carlos Delgado, director de deportes de San Sebastián de los Reyes, nos habló sobre el asociacionismo deportivo y gestión

deportiva municipal. Tras el descanso, comenzó la segunda ponencia gracias a Nicolás de la Plata, docente de la Universidad Europea, en la que nos transmitió sus conocimientos sobre los aspectos Jurídicos de gran interés para clubes deportivos.

La tarde del jueves comenzó con las ponencias de Manel Valcarce y Luis Flores, de la consultora deportiva Valgo, en la que expusieron la gran importancia del marketing digital en entidades como los clubes deportivos. Tras un breve descanso, Carmen Ramos nos introdujo en la fiscalidad y las subvenciones para los clubes.

Por otro lado, mencionar que el pasado 26 de febrero, tuvo lugar la Asamblea General del Círculo de Gestores Deportivos de Madrid, en la que sus asociados, hicieron repaso del éxito cosechado en el año 2018, y se estableció el calendario de actividades, y jornadas a realizar durante este 2019.

A través de estas actividades, el Círculo de Gestores continúa su labor de ofrecer a sus asociados y participantes visitas y jornadas que ofrezcan una visión global del sector deportivo en Madrid.

### Círculo de Gestores Deportivos de Madrid

info@circulodegestores.com

www.circulodegestores.com

Teléfono: 672 042 435



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





# El Mindfulness en **GO fit**

Ismael Santos

**M**i vida ha sido un viaje maravilloso que me ha permitido conocer personas extraordinarias y vivir experiencias transformadoras. En el camino, infinidad de obstáculos que lejos de ser impedimentos han supuesto aprendizajes y que en lugar de derrumbarme me han ayudado a crecer. Aparte de las personas tan excepcionales que he

encontrado en mi vida, los mayores regalos que esta me ha dado ha sido haber podido conocer el deporte, la montaña, y las prácticas de Yoga y meditación. Si miro hacia atrás, me doy cuenta de algo extraordinario, de cómo estas disciplinas, que aparentemente pertenecen a ámbitos tan distintos, me han ido guiando hasta llegar al día de hoy, en donde puedo observar la total y absoluta

interconexión que existe entre ellas y el sentido que han dado a mi vida.

El deporte ha sido para mí no solo un hobby sino una escuela y una actitud ante la vida. Me ha enseñado sacrificio, disciplina, espíritu de superación, resiliencia, generosidad, trabajo en equipo... Mi pasión por el deporte me llevó a ser jugador de baloncesto profesional, jugando diez años en el Real Madrid, y los últimos cinco años en Italia y en Grecia. Durante mi carrera también he tenido la oportunidad de jugar en todas las categorías de la selección española. Un viaje a la India en el año 2001 supone un antes y un después en mi vida. Conocer la montaña

y entrar en contacto con la meditación me lleva a iniciar un camino de búsqueda interior, decidiendo dejar mi carrera deportiva y trasladándome a vivir a los Alpes. La montaña y la meditación se convierten en mi nuevo modo de vida, combinando la práctica del alpinismo con mi formación como Guía de montaña. Al mismo tiempo, paso largos períodos en la India viviendo en monasterios, realizando retiros de silencio y profundizando en la práctica de la meditación. Este camino me lleva a certificarme como Instructor de Yoga, de meditación Raja Yoga y de los programas MBSR y MB-EAT basados en Mindfulness. Con mi vuelta a España en el año 2014, comienza una nueva etapa en mi vida y mi trabajo como Responsable en la implantación de Mindfulness en los centros GO Fit.

## ¿Qué es Mindfulness?

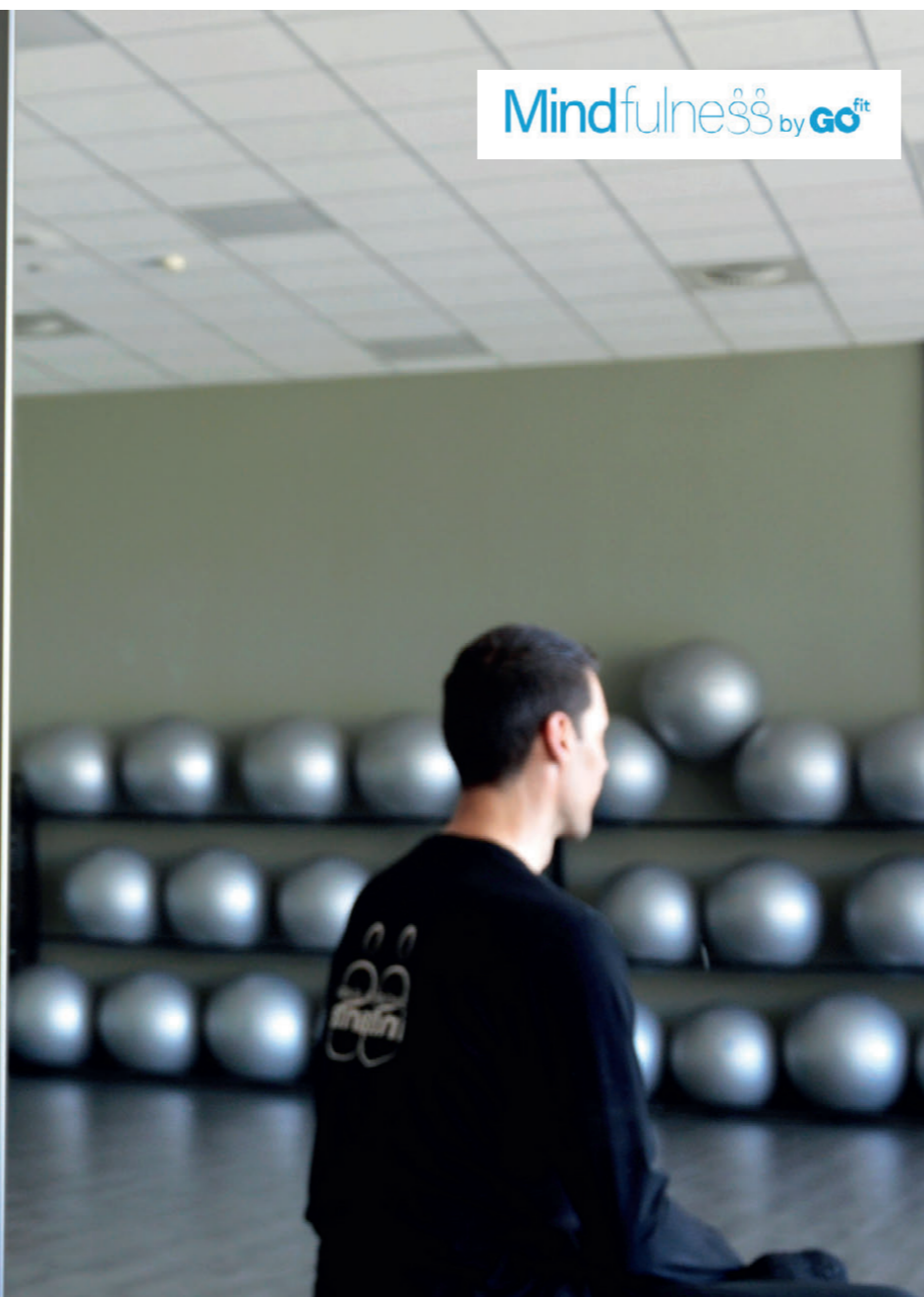
La definición por excelencia de Mindfulness es la dada por Jon Kabat Zinn, creador del programa MBSR y por así decirlo, padre del Mindfulness en Occidente. Dice así:

*"Mindfulness es la conciencia que surge al prestar una atención deliberada en el momento presente, suspendiendo los juicios".*

Tras esta definición se esconde el denominado 'Arte de no hacer'. Un concepto que puede ser visto como algo pasivo, pero que encierra el reto más duro al que una persona pueda enfrentarse, el estar conectado activamente con cada momento, en un esfuerzo permanente por permanecer despierto y consciente, instante tras instante. Esta actitud es lo que se llama ejercitar la atención plena. Un aspecto distintivo de Mindfulness es que nos ayuda a aprender a ser, permitiéndonos



conectar con la experiencia básica de vivir. Nos enseña a estar con las cosas tal cual son, **aceptando lo que surge en cada momento**, sin tratar de modificar absolutamente nada. Otro elemento fundamental de esta práctica tiene que ver con la actitud. Mindfulness no consiste simplemente en prestar una atención deliberada a lo que uno hace, sino a hacerlo con apertura hacia la experiencia y de manera más amable, lo cual **nos posibilita el cambiar nuestra relación con las cosas**. Nos da así mismo la posibilidad de ampliar nuestra visión y ver con más profundidad y claridad. Es entonces cuando podemos ver un orden y una conexión entre cosas que anteriormente parecían desconectadas. Una característica más de la práctica de Mindfulness, es que no existe diferencia alguna entre medio y fin. La práctica no pretende que lleguemos a otro sitio, sino que **nos enseña a estar plenamente donde estamos**. Quisiera añadir, que la práctica de Mindfulness no es solamente una técnica cognitiva - conductual que se puede resumir en un cambio en los patrones de comportamiento, sino **una manera de ser y una manera de ver** que tiene una gran repercusión a la hora de entender nuestra vida, para vivirla con verdadero sentido y significado.





## Metodología Mindfulness en GO fit

La implementación de Mindfulness en los centros GO Fit está actualmente en proceso de experimentación con una serie de actividades piloto en varios centros de Madrid. Una de estas actividades son las **'Clases de Mindfulness'**, que consisten en meditaciones guiadas y que entran dentro del abanico de actividades dirigidas de los centros. Tienen una duración de una hora, en la cual los instructores explican qué meditación se realizará y sus beneficios y luego guían la práctica. Otra actividad es el **'Curso Mindfit'**, basado en el programa MBSR creado por Jon Kabat Zinn en la Clínica de Reducción de Estrés de la Universidad de Massachusetts en los años 80. Tiene una duración de ocho semanas y consta de una sesión semanal con una duración de dos horas.

El curso incluye también el acceso a un Campus Virtual del Instituto *esMindfulness* y el libro *Plenamente* como complemento a las clases presenciales.

La metodología del curso es la denominada 'Aprender haciendo', la cual permite que los participantes experimenten y tomen conciencia a través de dinámicas grupales, diálogos, prácticas de meditación y de Yoga. El objetivo del curso es que los participantes tomen conciencia de la naturaleza de su mente y de su cuerpo para que puedan comenzar a tomar decisiones enfocadas a cuidarse de manera adecuada y vivir una vida más sana y feliz. Hay otro tipo de actividades que se realiza fuera de los centros y que se llama **'Mindexperience'**. Consisten en programas de diversa duración realizados en la Naturaleza, que incluyen prácticas de meditación Mindfulness y Yoga, ejercicios de *Mindful Eating*, caminatas

conscientes, dinámicas grupales y diálogos.

Por último, está otra actividad denominada **'Mindplace'**. Esta actividad está en la App de GO fit. Incluye audios con meditaciones grabadas de distinta duración, para que los usuarios de los centros las puedan escuchar en cualquier lugar donde se encuentren.

Mindfulness by GO fit

GO fit

VIVE MÁS Y MEJOR

SPORT, HEALTH & SPA CONSULTING  
ingesport

### DIRECCIÓN Y HORARIO

[fisico@go-fit.es](mailto:fisico@go-fit.es)

Polígono Comercial El Carralero, Calle Azafrán, 4,  
28222 Majadahonda, Madrid

Lunes a Viernes de 07:00h. a 23:00h.

Sábado de 09:00h. a 22:00h.

Domingo de 09:00h. a 22:00h

La riojana estrena nuevo cargo federativo en 2019

# Carlota Castrejana

nueva secretaria general de la RFEA

La **Real Federación Española de Atletismo** estrena el año 2019 con cambios importantes en su estructura. Desde el pasado día 2 de enero **Carlota Castrejana** está desempeñando las funciones como nueva **Secretaria General de RFEA**, tras dos años al frente de la Dirección Corporativa y de Desarrollo.

Carlota tiene un bagaje importante en la gestión deportiva ya que fue directora general de deportes de la Comunidad de Madrid entre los años 2009 y 2012 y asesora de los secretarios de Estado Miguel Cardenal y José Ramón Lete. Además, ha formado parte del prestigioso bufete de abogados Gómez-Acebo & Pombo.

En el plano deportivo la nueva secretaria general de la RFEA ha sido tres veces olímpica como

atleta (Sidney '00, Atenas '04 y Pekín '08) así como una vez más formando parte del equipo de baloncesto en los Juegos de Barcelona en 1992. Su mayor logro a nivel individual en el plano internacional lo logró en el Campeonato de Europa en pista cubierta disputado en Birmingham en 2007 en el que se proclamó campeona continental con el salto de 14,64 que le dio la plusmarca nacional aún en vigor. En lo que a títulos nacionales respecta se ha colgado el oro en 16 ocasiones (8 en pista cubierta y 8 al aire libre) en triple salto y ha logrado otras tres preseas doradas en salto de altura.

Biografía atlética completa de Carlota Castrejana: [www.rfea.es/biografias/mujeres/castrejana.pdf](http://www.rfea.es/biografias/mujeres/castrejana.pdf)

MONDO  
SPORT & FLOORING.

PAVIMENTO DEPORTIVO PABELLONES  
CÉSPED ARTIFICIAL DEPORTIVO  
PAVIMENTO PARA PISTAS DE ATLETISMO  
EQUIPAMIENTO DEPORTIVO  
PANTALLAS LED Y ELECTRÓNICA DEPORTIVA

[WWW.MONDOWORLDWIDE.COM](http://WWW.MONDOWORLDWIDE.COM)

WE INNOVATE. YOU WIN





# LA IMPORTANCIA DEL MANTENIMIENTO Y LA CERTIFICACIÓN DE LOS CAMPOS DE CÉSPED ARTIFICIAL Y OTRAS SUPERFICIES DEPORTIVAS

Enrique Colino, Samuel Manzano-Carrasco, Jorge García-Unanue, Javier Sánchez-Sánchez, José Luis Felipe, Manuel León-Jiménez, Antonio Hernández-Martín y Leonor Gallardo.



**Leonor Gallardo**

Conferenciante y escritora  
CEO del Grupo IGOID  
Doctora en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte  
Profesora Titular de la UCLM

Los campos de césped artificial son una de las instalaciones deportivas más comúnmente utilizadas a nivel mundial. Deportes tan populares como el fútbol, el rugby o el hockey son practicados a menudo sobre estas superficies, en este último caso prácticamente de manera exclusiva. Los sistemas de césped artificial ofrecen considerables ventajas respecto a otras instalaciones homólogas de césped natural, ya que los primeros son mucho más resistentes al uso frecuente y a las inclemencias del tiempo que los segundos. Este tipo de instalaciones, que pueden estar gestionadas indistintamente desde el ámbito público o desde el ámbito privado, contribuye de manera muy significativa al desarrollo de los diferentes deportes anteriormente mencionados, causando además un impacto muy positivo en la sociedad. Y es que los campos de césped artificial no sólo son un recurso útil para la práctica deportiva tanto a nivel profesional

como amateur, sino que además tienen un gran valor a nivel educativo, contribuyendo al desarrollo integral de los jóvenes, a la transformación de los entornos en los que se ubican y a la dinamización de la población en general.

Para promover el deporte de una manera segura y satisfactoria, debe garantizarse permanentemente que estas superficies de juego reúnen las condiciones adecuadas de confort y seguridad para todos los usuarios. Por ello, el mantenimiento y la certificación de los campos de césped artificial son unas de las labores más sensibles y determinantes en el sector del deporte. Sin embargo, y a pesar de que este tipo de instalaciones lleva muchos años presente en nuestra sociedad, estas tareas se descuidan mucho más frecuentemente de lo que sería deseable. Esto perjudica gravemente a la práctica del deporte y contribuye, además, al deterioro prematuro

de las superficies de juego y al acortamiento de su vida útil, suponiendo un derroche económico importante que podría evitarse con un mantenimiento adecuado. Por lo tanto, el control y mantenimiento de este tipo de instalaciones debe recibir la atención que merece por parte de los organismos directos y administraciones públicas encargadas de su gestión, garantizado el buen estado de las superficies y la seguridad de los deportistas que practican deporte sobre ellas.

Una de las certificaciones que regula las propiedades mecánicas de las superficies de césped artificial es la norma UNE-EN 15330-1:2014, la cual recoge las diferentes pruebas in-situ que deben realizarse para evaluar un campo. Estas pruebas, que simulan la interacción de jugador y balón con la superficie, incluyen la absorción de impactos, la deformación vertical, la resistencia

rotacional, la altura crítica de caída, la rodadura horizontal de balón y el bote vertical. Dicha norma ampara todos los campos de fútbol, rugby y hockey, además de otras superficies de césped artificial como pueden ser las pistas de tenis o campos de uso mixto. Además de la anterior norma, existe otro tipo de certificación que emite cada federación internacional de las diferentes modalidades deportivas (FIFA, World Rugby, FIH) en la cual expresa su propia normativa para regular sus respectivas superficies. Por lo tanto, contar con una evaluación de esta tipología bajo una normativa establecida, supone aumentar la seguridad de los deportistas que practican la modalidad deportiva y garantiza la calidad del servicio. En todo caso, siempre será necesario que el laboratorio esté acreditado en la norma ISO/IEC 17025, de laboratorio de ensayos.

## ¿Cómo asegurar la correcta instalación de un campo de césped artificial?

Tras la finalización del proceso de construcción o remodelación de cualquier campo de césped artificial, éste debe ser sometido a unas pruebas de funcionalidad y seguridad que acrediten que la superficie ha sido instalada de mane-

ra correcta y que ésta se encuentra en perfectas condiciones para su uso. Tal y como se ha expuesto anteriormente, dichas pruebas pueden realizarse bajo los dos tipos de regulaciones que existen para la evaluación de las superficies de césped artificial, como es la normativa europea UNE-EN 15330-1 y la normativa de la correspondiente federación internacional (FIFA, World Rugby, FIH).

Una vez acreditado su estado en base a alguna de estas regulaciones, por lo general, una superficie deportiva de estas características mantendrá una alta calidad durante sus primeros meses de uso. En función del tipo de superficie instalada, de la frecuencia de uso, de los agentes climatológicos externos y de otros factores, las propiedades del campo de césped artificial pueden comenzar a deteriorarse de manera considerable transcurridos esos primeros meses de vida. Llegados a este punto es de vital importancia llevar a cabo unas labores de control y mantenimiento adecuadas que garanticen permanentemente el correcto estado de la superficie. De otro modo, ésta estará expuesta a sufrir un desgaste prematuro que condicionará negativamente su uso y acortará de manera significativa su vida útil.

## ¿Qué tipo de control y mantenimiento se debe realizar en estas superficies?

El desgaste prematuro de una superficie de césped artificial debido a la falta de mantenimiento viene determinado por una serie de circunstancias conocidas, todas ellas con soluciones directas y concretas. En primer lugar, el

aplastamiento de la fibra. Aunque las fibras de última generación cuentan con una gran capacidad de resiliencia, éstas deben ser sometidas a un cepillado quincenal para evitar que esa capacidad disminuya o incluso desaparezca. La acción del cepillado, además de contribuir al levantamiento y conservación de la fibra, también contribuye a una distribución homogénea del relleno que a su vez sirve de punto de apoyo para la fibra, por lo que el efecto beneficioso de esta acción se multiplica. Junto a esta tarea, la retirada de objetos extraños de la superficie y la incorporación puntual de caucho en los puntos del campo más delicados constituyen las tareas básicas de mantenimiento que debe ser llevado a cabo de forma rutinaria por el titular de la instalación. Los recursos necesarios para realizar estas tareas son mínimos y su coste es muy económico.

En segundo lugar, existen problemas específicos como la separación de las juntas de unión del césped, la falta generalizada de caucho, la compactación de los distintos elementos que componen la superficie o la suciedad profunda del campo. Estos problemas deben ser prevenidos o corregidos de forma semestral con mano de obra experimentada y maquinaria específica que lleven a cabo tareas de reparación de juntas, renovación y redistribución del relleno, descompactación del terreno o limpieza en profundidad de los componentes. La incorporación de estas actividades a la rutina de explotación de un campo de césped artificial garantizará que éste se encuentre siempre en





buenas condiciones y contribuirá, además, a su conservación a lo largo de los años, alargando su vida útil y permitiendo rentabilizar así la inversión inicial.

Además de las tareas descritas anteriormente, todas ellas relacionadas con labores de mantenimiento, existe otra tarea extremadamente importante que debería ser llevada a cabo pero que, en la mayoría de los casos, se omite o pasa desapercibida: el control de las propiedades del campo. Generalmente, los organismos gestores responsables de estas instalaciones acostumbran a evaluar el estado del campo y los efectos de las labores de mantenimiento con una mera y simple inspección visual. Sin embargo, este método no es eficaz para detectar la mayoría de los problemas que puede presentar un sistema de césped artificial como son la dureza excesiva, la falta de relleno o la compactación de los materiales, entre otros. Además, mediante la inspección visual tampoco es posible conocer cómo influye el estado actual de un campo en el desarrollo del juego. Para poder conocer estos y otros aspectos, es necesario llevar a cabo las pruebas de control de la superficie por la normativa establecida, que deben ser realizadas de forma periódica.

“  
el mantenimiento  
y la certificación  
de los campos de  
césped artificial son  
unas de las labores  
más sensibles y  
determinantes en el  
sector del deporte

”

De esta manera, se podrá conocer de forma objetiva el efecto de un mantenimiento específico y valorar con mayor exactitud la necesidad de realizar unas determinadas tareas de mantenimiento u otras, lo que llevará a una mayor efectividad de estas acciones y, por tanto, a un mayor rendimiento y duración del campo. De forma general, es conveniente realizar estas pruebas al menos dos veces a lo largo de la temporada: una al comienzo, para conocer el estado de la superficie y poder programar de forma responsable las tareas de mantenimiento oportunas, y otra tras la finalización de las acciones de mantenimiento específicas, para confirmar el éxito de las mismas y detectar las posibles desviaciones que deban ser corregidas.

Estas pruebas de control deberían estar incluidas en cualquier presupuesto de mantenimiento pues, sin ellas, lo único que se podrá garantizar es que el campo se mantiene visualmente agradable, pero nunca se podrá saber con seguridad si la superficie realmente mantiene unas propiedades que garanticen su funcionalidad deportiva.

**¿Quién realiza todo este tipo de servicios?**

El Grupo IGOID de la Universidad de Castilla-La Mancha cuenta con la acreditación de ENAC para la realización de ensayos in-situ y a través de su spin-off IGOID-SPORTEC ofrece un exhaustivo programa de evaluación, control y mantenimiento de las superficies de césped artificial, en la que se engloba un plan de mantenimiento general con las tareas rutinarias que debe desarrollar el titular, realización de las acciones de mantenimiento especializado necesarias y evaluación de las propiedades mecánicas para asegurar, con datos objetivos y certificados de calidad, que el campo mantiene las condiciones de seguridad y funcionalidad requeridas. Todo ello ajustado a las necesidades de las Administraciones, clubes y entidades gestoras de estas instalaciones.



Avda. Carlos III s/n - 45004 Toledo

www.igoidsportec.com  
info@igoidsportec.com  
925268800 (Ext. 96828)



**PRACTICA GO fit**



Ejercicio



Nutrición



Descanso



Motivación



**VIVE MÁS Y MEJOR**

Madrid · Málaga · Granada · Córdoba · Sevilla  
Ciudad Real · Valladolid · Oviedo · Santander  
Las Palmas · Lisboa

**902 006 500**  
go-fit.es



## Entrevista a María José Rienda

# Primeros meses al frente del Consejo Superior de Deportes y grandes retos de futuro



Benito Pérez González

*La granadina María José Rienda es el ejemplo personificado de toda una vida dedicada al deporte. Desde muy niña deslumbró su capacidad para el esquí en las instalaciones de Sierra Nevada. Sus éxitos deportivos son bien conocidos para los lectores de Deporcam. Debutó con sólo 14 años en el equipo nacional y participó en 7 mundiales y cinco Juegos Olímpicos, siendo abanderada de España en Turín 2006. En sus participaciones en los mundiales consiguió 11 podios y 6 victorias, que seguramente hubiesen sido más de no haber tenido que superar dos lesiones de rodilla, que le impidieron competir dos temporadas. Se retiró de la alta competición en 2011, tras estar 22 años en la élite del esquí.*

Durante tres años ocupó la máxima responsabilidad del deporte andaluz como Directora General de Actividad y Promoción del Deporte de la Junta de Andalucía, cargo del que se desvinculó para ocupar la presidencia del Consejo Superior de Deportes desde el pasado mes de junio, siendo así la primera mujer de la historia en ocupar dicho cargo.

Desde *Deporcam* hemos querido saber algo más, tanto de su lado más humano, como de su trabajo al frente del deporte español.

**Deporcam: ¿Qué recuerdos tiene de sus inicios en el deporte y de sus muchos años como profesional en la élite del esquí?**

Fue una etapa apasionante de vida de la que guardo muchos buenos recuerdos. El deporte forma parte de mi vida desde pequeña. He tenido la suerte de vivir en primera persona, desde mis inicios con el deporte escolar en el colegio de Sierra Nevada, la importancia de la captación y la transmisión de los valores del deporte desde edades tempranas. Luego, tras una carrera deportiva de 22 años, 7 de ellos en la gestión deportiva, me quedo con el orgullo que sentí al representar a tu país en competiciones internacionales y con la satisfacción de compartir vivencias con otros

deportistas en los Centros de Alto Rendimiento.

**Deporcam: ¿Tenía clara cuál sería su dedicación después de finalizar su carrera deportiva?**

La gestión deportiva siempre fue para mí un reto personal. Conocer desde dentro el deporte y sus estructuras me ha permitido tener una visión muy amplia y a la vez cercana de todo su funcionamiento. Ahora, mi intención es poder trasladar los conocimientos, la experiencia y los valores aprendidos a lo largo de mi vida a la gestión al frente del Consejo Superior de Deportes, tarea que afronto con gran responsabilidad y un fuerte compromiso con los ciudadanos y ciudadanas de este país. Me gustaría devolver

al deporte todo lo que me ha dado durante tanto tiempo.

**Deporcam: ¿Hay algo que aprendiese en el esquí que difícilmente podría haber aprendido en los libros o en cualquier otra ocupación profesional?**

La experiencia que he vivido durante duros entrenamientos, competiciones, actos, recuperaciones de las lesiones, afrontando de momentos críticos y la toma de decisiones han hecho que para mí el deporte haya sido un aprendizaje continuo de muchas materias que no están en los libros. He adquirido importantes competencias para la vida, como el significado de caer y volver a levantarme.



**Deporcam: ¿Qué recomendaciones haría a un joven deportista en la España de hoy?**

Lo más importante es que se divierta, que disfrute del deporte. De esta manera

En este momento de un gran número de disciplinas en las que el deporte español destaca gracias a los éxitos de nuestros deportistas. Disfruto de todas ellas. Tenemos que sacar pecho de la dimensión del deporte español.

**Deporcam: Después de tres años en Andalucía, tiene reconocido prestigio como gestora. ¿Qué sintió al recibir la llamada para su nuevo cargo en el CSD?**

Una gran carga de responsabilidad, pero a la vez un reto apasionante por el que merecía la pena trabajar y volcarse plenamente.

velando por el cumplimiento de las normativas. Siempre situando al deportista como eje vertebrador de nuestras actuaciones.

En cuanto al desarrollo de la nueva Ley del Deporte, ya contamos con un Anteproyecto de Ley aprobado por el Consejo de Ministros. Una Ley que reemplazará a la de 1990 para modernizar una normativa que se había quedado desfasada y que establece por primera vez el deporte como un derecho. Un texto que se centra en promover la igualdad real y efectiva en el deporte. Desde el Gobierno somos conscientes de la importancia del momento en



siempre podrá dar lo mejor de sí mismo y podrá lograr todo aquello que se proponga.

**Deporcam: ¿Cuáles son los deportes o actividades que más le gusta practicar? ¿Cómo se mantiene en forma?**

La verdad es que dispongo de poco tiempo para practicar deporte, pero siempre que puedo lo intento. Voy al gimnasio, corro, hago descenso con bicicleta de montaña, spinning y por supuesto, esquí.

**Deporcam: ¿Cuáles son los deportes con los que más disfruta como espectador?**

**Deporcam: ¿Qué breve balance hace de estos siete meses de actividad y de situaciones complejas en nuestro deporte: Cataluña, conflicto entre la RFEF y la LFP, ACB-Euroliga, financiación etc.? ¿Cómo avanzan los trabajos sobre su anunciada nueva Ley del Deporte?**

Han sido unos meses en los que desde el CSD hemos trabajado, en colaboración con los agentes implicados, en la búsqueda de soluciones a los distintos escenarios que se han ido sucediendo. En unas ocasiones ejerciendo una labor de mediación y, en otras,

que nos encontramos y de que, teniendo en cuenta todas las circunstancias y factores que se están produciendo, puede ser un punto de inflexión para el desarrollo de nuestro sistema deportivo.

Además, la creación, por primera vez en la historia de nuestro país de una Conferencia Sectorial de Deporte, en la que participan todas las Comunidades y Ciudades Autónomas, es un hito muy importante. El objetivo es el fortalecimiento de líneas de actuación para mejorar la colaboración y la coordinación en aspectos relacionados con



el deporte como del desarrollo de la actividad deportiva, la promoción de la actividad física como herramienta de extensión de hábitos de vida saludable o la promoción del deporte femenino y el deporte inclusivo.

**Deporcam: ¿Qué previsión hace de la evolución del Anteproyecto de Ley del Deporte recientemente presentado tras la convocatoria electoral? ¿Habrá tiempo para seguir uniendo a las diferentes familias del deporte?**

El trabajo realizado desde el Ministerio y desde el Consejo



Creo que es lógico que los ciudadanos reclamen la solución de los problemas a sus representantes públicos. Y desde luego creo que el objetivo de mejorar la vida de nuestros conciudadanos es una de las máximas de todos aquellos que tomamos la decisión de dedicarnos a la

gestión pública. Pero siempre es conveniente tener presente cuales son las competencias de cada organismo y de cada responsable público.

Superior de Deportes para la elaboración del Anteproyecto está hecho. Ahora estamos en la fase de valoración de las alegaciones presentadas. Lo cierto es que ya se dispone de un texto y de un articulado sobre el que poder trabajar. El mundo del Deporte es una sola familia y si algo se ha demostrado es que el deporte une, por lo que estoy convencida de que escuchando a todas las partes, como estamos haciendo, podría conseguirse una Ley consensuada.

**Deporcam: Aunque es usted una mujer con experiencia, ¿Hay algo que le haya sorprendido en este nuevo periodo?**

Me reconforta vivir en primera persona, la verdadera dimensión y proyección que tiene el deporte en España como *marca*, como mecanismo generador de recursos económicos y sociales, tanto para las personas como para el país. Además, he conocido que hay diferentes formas de hacer políticas públicas deportivas.

**Deporcam: El deporte es vivido de manera muy emocional en nuestro país. ¿Siente usted que la figura del presidente del CSD es percibida, en cierto modo, como la de alguien que tiene que resolver todo tipo de problemas?**

Es uno de los desafíos a los que se enfrenta el modelo federativo. Desde el CSD seguiremos impulsando medidas encaminadas a la búsqueda de vías de financiación de las federaciones deportivas. Paralelamente en los próximos meses vamos a impulsar el desarrollo de

**Deporcam: ¿Cómo percibe el cambio de modelo y de gestión que están acometiendo las Federaciones Deportivas para adaptarse a las nuevas necesidades de financiación y de búsqueda de recursos?**

El fomento de hábitos de vida saludables que mejoren la calidad de vida de nuestros ciudadanos a través de la práctica deportiva es una de las líneas de actuación prioritarias de este Gobierno, siempre coordinadas con las Comunidades Autónomas. Las políticas de actividad física y

protocolos de buena gobernanza y transparencia, alineados con las más recientes y exitosas prácticas en el ámbito internacional, que estamos convencidos redundará en beneficio de las propias organizaciones y, fundamentalmente, de los deportistas.

**Deporcam: Usted conoce muy bien el olimpismo y la planificación deportiva de los diferentes ciclos ¿Es optimista de cara a los resultados que podamos tener en los próximos Juegos?**

En estos momentos aún quedan competiciones internacionales por disputarse para la clasificación Olímpica de nuestros deportistas de cara a los JJOO y JJPP de Tokio2020. Si es verdad que ya contamos con campeones mundiales en disciplinas como bádminton (Carolina Marín), natación (Mireia Belmonte), halterofilia (Lydia Valentín), triatlón (Mario Mola), piragüismo (Carlos Garrote), tiro olímpico (Alberto Fernández), judo (Nikoloz Sherazadishvili) o ciclismo (Alejandro Valverde). Pero creo que siempre ante este tipo de competiciones tan exigentes debemos mostrar un optimismo moderado.

**Deporcam: Cambiando de tema y sabiendo que sus competencias en el ámbito educativo son limitadas, ¿Hay espacio en el currículo académico para que el deporte, la actividad física y la formación en hábitos de vida saludable sean importantes referencias para nuestros niños y jóvenes?**

El fomento de hábitos de vida saludables que mejoren la calidad de vida de nuestros ciudadanos a través de la práctica deportiva es una de las líneas de actuación prioritarias de este Gobierno, siempre coordinadas con las Comunidades Autónomas. Las políticas de actividad física y

su especial incidencia como elemento de lucha contra el sedentarismo y sus claros beneficios para la salud, a cualquier edad y con cualquier nivel de práctica, estarán muy presentes en nuestra agenda.

La intención del Gobierno de impulsar un Plan Nacional de Acción de Actividad Física para Fomentar los Hábitos Saludables y la Lucha contra el Sedentarismo que requerirá la coordinación con el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, con las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, a través del Grupo de trabajo que se ha creado y activado tras la realización de la Conferencia Sectorial.

El objetivo esencial es que el deporte entre en la casa de cada ciudadano, promover una actividad físico-deportiva

adecuada, frecuente, saludable y segura, que permita reducir los comportamientos sedentarios, proporcionando una mejora de la calidad de vida y del gasto sanitario al generar numerosos y diversos beneficios de salud, sociales, educativos y económicos tanto a la persona como a la sociedad, e inculcando los hábitos saludables en la ciudadanía.

**Deporcam: Como sabe, Deporcam es una revista que se dirige principalmente al ámbito de los gestores públicos y privados del deporte. ¿Qué puede pedirles y qué consejos les daría María José Rienda de cara al futuro?**

Las líneas generales de la política del Gobierno en materia de deporte son: una nueva regulación general del deporte, la mejora de la transparencia y gobernanza

de las organizaciones y de la financiación del deporte, el apoyo y la promoción de medidas dirigidas a conseguir la igualdad de género y de oportunidades entre las personas con y sin discapacidad, el fomento de la actividad física y lucha contra el sedentarismo, el impulso al deporte de alto nivel y la protección de los deportistas. Para el desarrollo de todas estas tareas es necesaria la colaboración y la implicación de todos los estamentos implicados en el deporte. En este sentido, creo que los gestores del deporte desempeñan un papel muy importante en el desarrollo y fortalecimiento de nuestro deporte. Esperamos contar con su colaboración para que nuestro deporte siga creciendo.

**LÍDER MUNDIAL EN EQUIPAMIENTO FITNESS**

LifeFitness

www.lifefitness.es  
info.iberia@lifefitness.com

f in @





# Branded Content, genera confianza con tus consumidores

*El nuevo entorno competitivo y de relación con nuestros consumidores, demanda que las empresas se ocupen de desarrollar una comunicación que genere conocimiento y confianza de sus marcas.*

*El objetivo de las acciones de marketing ya no se limita simplemente a presentar y vender ofertas o servicios, sino que pretende crear mensajes que hagan reconocible a la marca entre sus clientes reales o potenciales. Se trata de transmitir los valores, sentimientos o emociones que caracterizan nuestra entidad y que pueden satisfacer sus necesidades o deseos.*



**Manel Valcarce**

Máster en Administración y Dirección del Deporte.  
Ldo. Ciencias Actividad Física y el Deporte. Colegiado 8709.  
Diplomado en Ciencias Empresariales.  
Director Gerente Valgo.  
manelv@valgo.es  
www.manelvalcarce.com

El *Branded Content*, entendido como parte del marketing de contenidos, es la herramienta perfecta para proyectar en el entorno estos contenidos que generen posicionamiento y confianza entre el público y se sientan atraídos a conocerlos.

A diferencia de la publicidad tradicional, el *Branded Content*, se centra en crear contenidos atractivos para el consumidor y que estén relacionados con los valores y misión de nuestra entidad.

Como principal acción podemos utilizar el *storytelling* que consiste en narrar una historia con

la que se pretende conectar emocionalmente con el consumidor.

Estas historias podemos darlas a conocer gracias a los canales disponibles mediante las nuevas tecnologías, que además ofrecen un amplio abanico de posibilidades tanto en formato escrito como audio visual. También permiten desarrollar varias historias o contenidos que puedan interrelacionarse creando series que generen expectativa. Otra de las ventajas de utilizar los canales digitales es que pueden ser reproducidas en diferentes soportes multimedia como teléfonos móviles, ordenadores, tabletas, etc., facilitando la participación y la experiencia inmersiva. Esto es lo

que se conoce como narrativa transmedia.

Las posibilidades de las redes sociales y la omnicanalidad incrementa la conexión emocional de los usuarios con la marca y su interacción, dejando huella en ellos y produciendo un *engagement* que no pasa desapercibido, generando una relación de confianza, duradera, fin principal del *Branded Content*.

## Ejemplos de Storytelling de marca

Algunos de los formatos que podemos utilizar para el *storytelling* de marca de nuestras instalaciones deportivas podrían ser:

- Vídeos de actividades y servicios.
- Artículos sobre entrenamiento de nuestros técnicos.
- Testimonios y casos de éxito.
- Consejos para evitar lesiones con nuestros expertos.
- Novedades y noticias exclusivas publicadas en la App.
- Retos y Juegos basados en la gamificación.
- Eventos o Experiencias exclusivas.

## Claves del Branded Content

- **Explicar los valores de nuestra marca:** debemos crear una marca en la que nuestros consumidores confíen. Para ello será necesario que contemos nuestra misión, visión y valores. El objetivo no será vender o promocionar, si no que el público se identifique con nuestro mensaje y fidelicemos nuestros clientes.
- **Público objetivo:** nos dirigiremos al público de nuestro entorno de influencia y concentraremos en aquellos clientes potenciales. Además, deberemos adecuar los contenidos y canales según sus necesidades o deseos para llegar de forma más efectiva.
- **Valor añadido:** los contenidos que creemos deberán aportar un valor añadido real a los destinatarios, preguntémonos si aportan emoción, información o entretenimiento por ejemplo. No deben ser mera publicidad, si no transmitir algo más que te identifique o atraiga por la marca.
- **Co-creación:** permitir a nuestros usuarios o clientes participar y crear sus propias historias con nuestra marca, resulta un altavoz muy interesante para dar a conocer nuestros valores y la propia marca, generando contenidos

muy atractivos y originales desde la propia perspectiva del consumidor.

- **Dispositivos móviles:** nos encontramos en un entorno donde todos llevamos móvil y podemos acceder a internet en cualquier lugar. Los contenidos por tanto, deben adaptarse a las nuevas tecnologías y los usos que hacen los consumidores de ellas. Los contenidos multimedia y los dispositivos móviles pueden ser el mejor aliado del *Branded Content*.

- **Redes sociales:** la actual revolución digital nos ofrece una multitud de oportunidades para hacer llegar nuestros contenidos, a través de las redes sociales como Youtube, Facebook o Instagram.

## Beneficios del Branded Content

- **Posicionamiento en el mercado:** este tipo de contenidos o *storytelling* pueden convertir a nuestra entidad en una referencia en el sector.
- **Engagement:** se construye una relación de confianza con el consumidor que le anima a participar e interactuar, además de crear expectativa.
- **Fidelización:** los clientes se sienten identificados con la marca y repiten en su fidelidad de compra.
- **Contenidos virales:** que nuestro contenido sea compartido por nuestros clientes o público, en redes, con sus amigos o familiares, es la mejor señal de éxito para crecer como marca y generar confianza. Para ello deberán ser contenidos de calidad, que se identifiquen con el consumidor y que realmente les emocione y aporte valor.
- **Recuerdos:** si los contenidos se comparten y se visualizan, también se recuerdan y se asocian con nuestra entidad. Esas emociones o sensaciones que hemos conseguido transmitir permanecen en la mente de los consumidores y nos ayuda a posicionarnos y generar confianza. Por ejemplo, si se les ofrece consejos gratuitos que realmente interesen y sea útil, sobre entrenamiento con nuestros técnicos, es algo que el usuario tendrá en cuenta a la hora de comprar o recomendar los servicios o productos de nuestra organización.

Fuente consultada: ¿Qué es el *Branded Content*? Definición, claves y 5 ejemplos top, de Ana Romo. Recuperado de <https://neoattack.com/branded-content-definicion-claves-y-5-ejemplos-top/>



# ¿Cansado de estar cansado?

# Nunca más

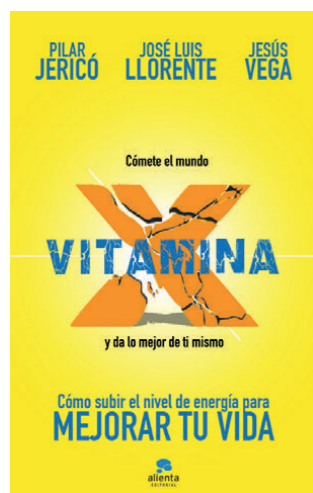


El auditorio de la Fundación Abante se llenó para asistir a la presentación de "Vitamina X"



**José Luis Llorente Gento**

Escritor. Conferenciante. Columnista. Exjugador del Real Madrid y la Selección Española de Baloncesto. Se pasa la vida remontando.



## VITAMINA X

Cómo subir tu nivel de energía para mejorar tu vida  
Pilar Jericó / Jesús Vega de la Falla / José Luis Llorente Gento  
Editorial: Alienta Editorial  
Temática: Autoayuda / Autoayuda y superación  
Autoayuda / Crecimiento personal  
Colección: COLECCION ALIENTA  
Número de páginas: 192

**E**l altruismo reparte una recompensa más sustancial que los millones de la lotería: la longevidad.

Mientras que las personas premiadas aleatoriamente en los sorteos tienen al cabo de un año el mismo estado de ánimo que las que sufrieron un accidente, **un propósito trascendente y generoso refuerza el sistema inmune y, en consecuencia, alarga nuestra vida.** El dinero obtenido por la vía rápida se esfuma de igual forma dejando solo frustración. Sin embargo, una vida con sentido, un propósito firme y compartido, no sólo otorga energía momentánea, sino que prolonga nuestra existencia.

El dato de los *desgraciados* por la suerte lo reveló un estudio de la Universidad de Northwestern y la Universidad de Massachusetts titulado *Los ganadores de la lotería y las víctimas de accidentes: ¿es la felicidad relativa?* Buena parte de los ganadores de la lotería terminan dilapidando su premio, al igual que muchos deportistas se arruinan al poco tiempo de su retirada. Por el contrario, ¡y estos son grandes noticias!, las personas que incorporan de

manera esencial a su forma de vivir las relaciones amistosas y colaborativas viven más y con más energía. Esta es una característica común en los lugares más longevos del planeta, aquellos en las que abundan los nonagenarios y centenarios. Los investigadores observaron que **las llamadas Zonas Azules son sociedades con una enorme involucración social de sus habitantes, ya sea en divertimentos (fiestas, bailes, comidas, etc.) como en trabajos a favor de la comunidad. ¡OJO AL DATO!**

Pero aún hay más y mejor. Los profesores Fredrickson y Cole de las universidades de Carolina del Norte y de UCLA han concluido que la búsqueda de un propósito compartido, firme y percibido como importante para uno mismo deja una huella poderosa en nuestro genoma que, sin embargo, no transmite un propósito hedonista: la mayor resistencia a las enfermedades modernas. En resumen, estas investigaciones nos dirigen al modelo de felicidad que Aristóteles describió como una vida virtuosa, en un sentido amplio.

Pero si Aristóteles levantara la cabeza repararía en la enorme contradicción existente entre el mundo moderno y el ser humano. La virtud intelectual y social ya no bastan. Nuestro cuerpo está diseñado para moverse libremente y nuestro cerebro para cargas limitadas de estrés, no para cumplir estrictos horarios sentados la mayor parte del día.

Necesitamos un descanso que no tenemos y las responsabilidades, el ajetreo y las urgencias nos someten a un vaivén por el que se escapa nuestra energía. Al mismo tiempo, cuanto más grandes son las ciudades y más avanzada la tecnología, más solos nos sentimos. El trabajo nos aburre y no tenemos tiempo para cultivar nuestras aficiones y amistades, ni para cuidar nuestras pasiones.

**¡LA ENERGÍA SE NOS ESCAPA POR LAS MUCHAS RENDIJAS DE NUESTRO MUNDO!**

Por eso hemos escrito Vitamina X. Porque la energía es la base de la actividad humana. Los autores **vemos demasiadas personas serias, preocupadas, cansadas y entregadas a una vida que los vapulea.** ¿Por qué? Fundamentalmente por escasez de energía. **Todas las personas que están felices consigo mismas y cumplen sus proyectos tienen altas dosis de energía.** Atienden a sus necesidades, se divierten, comparten con los que les rodean y dan sentido a su vida. Con energía podrás crear, divertirse, amar y dar sentido a tu vida. **Por eso hemos escrito Vitamina X: nuestro PROPÓSITO es ¡ayudarte a que tengas más energía!**



Presentación del libro "Vitamina X": autores y presentadores posaron al finalizar el acto.



Jesús Vega, José Luis Llorente y Pilar Jericó, autores de "Vitamina X", durante la presentación del libro en Madrid



Corbalán y Llorente, dos bases geniales, medallistas olímpicos y leyendas del baloncesto español

En Quicesa aportamos soluciones integrales personalizadas (SIP) que incluyen un conjunto de Servicios, Equipos y Productos Químicos diseñados a su medida

Una propuesta de valor que garantiza resultados, asegura su satisfacción Total y la de sus clientes

**quicesa**  
watercare

Su bienestar y salud en el agua

contacto@quicesa.com www.quicesa.com



# El valor del éxito



**José Manuel López Jiménez**

Prof. Dr. de Derecho del Trabajo y la Seguridad Social  
Director del Máster en Prevención de Riesgos Laborales  
Universidad Isabel I

La canasta de Jordan en el Delta Center en 1998, el gol de Solskjaer en la final de la UEFA Champions League de 1999, la victoria de Lemond sobre Fignon en el Tour de 1989 por tan solo 8 segundos mientras este último lloraba de dolor por los calambres en el suelo, la imagen de Senna y Prost en el Gran Premio de Suzuka de ese mismo año tras envestir el francés al brasileño en la mítica última chicane del penúltimo Gran Premio de la temporada.

Desde Bird a Magic, de Hunt a Lauda, de Ali a Foreman o más recientemente, de Nadal a Federer y de Messi a Cristiano, cada gran gesta, cada momento épico en el que la historia del deporte ha dado un vuelco en cuestión de segundos, viene dado por dos requisitos indispensables: competición y competencia.

Una competición requiere una estructura organizativa ingente, pero también original. Debe tener la suficiente relevancia y alcanzar el suficiente reconocimiento para que cada hito, cada demostración de que lo improbable era posible, va a tener la repercusión necesaria, no solo para dar gloria al vencedor, sino también para encumbrar al vencido. Dicho de otro modo, las victorias tienen el mismo valor que aquel contra quien se consiguen.

Y he ahí donde reside el segundo requisito: la competencia. Suele decirse que la historia sólo re-

cuerda al ganador, pero la realidad vendría a decir que la historia sólo recuerda al ganador si aquello que ganó merece la pena ser recordado y sólo lo será si el camino que le llevo a ello mereció el reconocimiento del premio final.

En la actualidad no obstante, en el mundo del deporte, nos encontramos ante dos modelos absolutamente encontrados en la forma de entender la competición y la competencia.



Por una parte, encontramos el modelo europeo, basado únicamente en los ingresos directos, en el triunfo del yo mismo sobre la competición, olvidando por completo que si la competición no tiene relevancia, el triunfo tampoco. Al alcanzar el ecuador de cuatro de las grandes ligas de fútbol europeo, entre los líderes de Francia, Alemania, Italia e Inglaterra sumaban la friolera de dos derrotas entre todos ellos.

No se trata de un rara avis en el deporte, en el ciclismo, otrora adalid de la más dura competencia en tiempos pretéritos, plataformas televisivas y países de Oriente Medio han

producido tal desigualdad que la duda reside más en cuándo que en cómo finalizará una contienda deportiva.

Al estilo del Equilibrio de John Nash, las más potentes corporaciones deportivas han encontrado su propia solución a la teoría de juegos, descubriendo la mejor solución individual en detrimento del colectivo, olvidando que sin rivales no hay victoria, que sin coste no hay beneficio.

Al otro lado del Atlántico, no obstante, las grandes ligas norteamericanas basan su éxito en el crecimiento de sus plataformas, esto es, de sus competiciones. El sistema de Drafts permite a los equipos más débiles acceder a las futuras estrellas. Los verdaderos límites salariales consiguen una equiparación en las condiciones de salida de todos los equipos y, en caso de que un equipo alcance un cierto grado de dominio sobre la competición, el beneficiado es el equipo... y la competición. Ello permite que equipos de estados tan poco relevantes en la Unión, como Ohio, hayan podido conseguir ganar la NBA, o que equipos que no ganan una competición, como los Knicks desde hace más de 40 años y los Yankees, que han ganado las series mundiales dos veces en los últimos 20 años, alcancen la gloria por igual. Y ello porque todos ellos han entendido que sus éxitos valen tanto como aquellos que lucharon con ellos por conseguirlos.

# NutriSport

WWW.NUTRISPORT.ES



35 años  
liderando la  
Nutrición  
Deportiva



**¡RENTABILIZA TU  
NEGOCIO CON  
NUTRISPORT, UN  
SERVICIO CON VALOR!**

93 797 43 88 INFO@NUTRISPORT.ES



# CIUDADES ACTIVAS, CIUDADES SALUDABLES.



Alberto Dorado Suárez

**La ciudad o municipio como lugar de convivencia, tiene un papel determinante en la calidad de vida de las personas que viven en ella, ya que es en la ciudad donde se desarrollan las actividades que condicionan la vida del individuo (económicas, sociales, culturales, educativas, de actividad física y deporte, etc.) y donde se toman las decisiones sobre las políticas de salud, práctica deportiva, urbanismo, movilidad, bienestar social, cultura, medio ambiente, empleo, etc.**

Las propuestas para un modelo de ciudad en dicho espacio de convivencia suelen incidir en dos campos de actuación: por un lado, en el individual, desarrollando las aptitudes personales para facilitar la adquisición de los estilos de vida que queramos promover; por el otro, en el social y colectivo, creando los entornos favorables para su desarrollo. En ambos casos, es muy importante lograr la participación ciudadana, considerada por muchas entidades como un elemento civilizador que mejora la calidad de vida de cualquier sociedad.

Además, la posibilidad de intervenir en el entorno urbano, como espacio de relación y de actividad, y en el entorno físico como espacio o soporte natural adaptado y modificado por el ser humano, marcan unas

pautas que habilitan un modo de vida y de utilización del tiempo (ocio, trabajo, obligaciones, necesidades) que podrá favorecer o no el bienestar y equilibrio del individuo.

Con éstas premisas, se suelen plantear distintas opciones para desarrollar el modelo de ciudad que se pretende crear a la vez que se tratan de establecer los escenarios que lo puedan favorecer. Si el objetivo que se pretende se basa en desarrollar un modelo de ciudad con el que se promueva el desarrollo de estilos de vida activos y saludables se deben generar los instrumentos necesarios que permitan hacer frente a los dos principales problemas de salud pública del siglo XXI, el sedentarismo y la obesidad. En el intento de afrontar dichos retos, ambos prevenibles, los distintos agentes no están en condiciones de afrontarlos en solitario. Sólo esfuerzos colectivos permitirán hacerlo, actuando coordinadamente a través de un abordaje integral de áreas tan diversas como la ordenación del territorio, suelo y urbanismo, la salud, el deporte, el medio ambiente, la educación, turismo, etc. En dicho intento por trabajar juntos para afrontar estos nuevos retos, la participación ciudadana jugará un papel fundamental. Si se apuesta por una ciudad más activa, más saludable, en la que se facilite la transformación

de los hábitos de vida de la población, lo que sin duda garantizará la calidad de vida y el bienestar de los ciudadanos, estará basada en impulsar, fomentar y aprovechar los recursos disponibles para ofrecer las máximas oportunidades en la adquisición de hábitos de vida activos.

Siguiendo el concepto que definieron Edwards y Tsouros (2008), sobre ciudades activas debemos contemplar dicho espacio de convivencia como aquel que *“Conoce y fomenta el valor de la vida activa, la actividad física y el deporte. Proporciona oportunidades para la actividad física y una vida activa para todas las personas”*. Por lo tanto, abordar un proyecto de ciudad activa, ciudad saludable exigirá plantear los entornos social y físico como ejes fundamentales con los que se puedan crear y mejorar oportunidades en los entornos construidos y sociales o ampliar los recursos de la comunidad. Estas líneas de actuación también se pueden solapar con otros ámbitos que por su especificidad, a veces, se desarrollan en paralelo como pueden ser el ámbito escolar o el laboral, por poner algún ejemplo.

Durante estos años se ha logrado un nivel de concienciación ciudadana e institucional alto sobre la asociación entre exceso de peso,

el sedentarismo, la salud y la prevención de la obesidad que debemos seguir manteniendo y potenciando para poder, no solo estabilizar, sino revertir la tendencia de la obesidad en los niños en los próximos años. Pero ningún componente de la sociedad puede luchar contra la obesidad o el sedentarismo aisladamente. Ni corporaciones locales, ni empresas alimentarias, ni distribuidores, ni restaurantes, ni fundaciones, ni medios de comunicación, ni educadores, ni profesionales sanitarios, ni investigadores, ni sociedades científicas, etc., pueden atajar aisladamente estas epidemias. Tal y como ocurre con el abordaje de muchos otros problemas de salud pública, su solución no pasa por una única medida única o actuación “estrella”, por muy bien que se plantee y se gestione. Son problemas mucho más complejos que requieren de una estrategia global, interdisciplinaria, multisectorial y conjunta de todos los sectores implicados.

De ahí la importancia de crear los entornos que lo favorezcan y que obliga a las personas responsables del proyecto de ciudad a adoptar una perspectiva más amplia que la de su propio sector de especialización, habitualmente deporte o salud, y adentrarse en otros aspectos que suelen quedar fuera de su ámbito competencial: los Servicios Sociales, el Urbanismo, la Educación, la Cultura o el Medio Ambiente. En este sentido será necesaria

una intensa “conversación-colaboración horizontal” entre distintas áreas municipales.

Este planteamiento transversal se basa en que, al igual que es muy difícil cambiar un comportamiento individual en un ambiente donde cada vez más se promueve un estilo de vida sedentario y poco saludable, se sabe que a la inversa también funciona. Es decir, si por ejemplo se concientiza a la población escolar y adquieren mejores conocimientos y hábitos sobre actividad física y salud, está comprobado que existirá mayor conciencia y un aumento de peso menos importante en los padres al igual que existen mayores probabilidades de vincularles a un estilo de vida más activo. Es un ejercicio de responsabilidad social personal para promover estilos de vida más activos y saludables en su entorno próximo.

Diseñar y lograr que una ciudad sea verdaderamente activa y saludable es un cambio complejo que va más allá de la propia política de fomento de la actividad física y supone una revisión del modelo de administración local, de su estructura y funcionamiento. Además, lo ideal es que las propuestas para su desarrollo se basen en la evidencia existente y se articulen teniendo en cuenta las relaciones que establecen las diferentes personas en su accesos a la para práctica de

*“Conoce y fomenta el valor de la vida activa, la actividad física y el deporte. Proporciona oportunidades para la actividad física y una vida activa para todas las personas”*

actividad física y el deporte con las dimensiones que forma el sistema deportivo.

En definitiva, los responsables que pretendan lograr una ciudad activa y saludable deben promover estilos de vida físicamente activos y saludables, fomentar y aprovechar los recursos disponibles y trabajar transversalmente entre diferentes ámbitos tratando de movilizar e integrar a los sectores claves con una evaluación sistemática y periódica de las líneas emprendidas y de sus efectos. Sin olvidar que el objetivo se basa en profundizar y facilitar el desarrollo de un nuevo modelo de la actividad física y el deporte a nivel local, se debe tratar de establecer un marco de acción común con los instrumentos de planificación, gestión, implementación, seguimiento y evaluación necesarios para su desarrollo.





# INFLUENCERS Y DEPORTE.

Recientemente escuché de un *youtuber* al que respeto bastante (sí, se puede respetar a los *youtubers* en estos días con la cabeza bien alta) que en el Live Aid de 1985 Freddie Mercury hizo cantar a 74.000 almas eso de "EEOO... EEEEEOOO (...)", pero que ellos, los *youtubers* / *influencers*, pueden hacer cantar a muchos más. Razón no le falta, 74k de visualizaciones a un video en su día de lanzamiento es una cifra más bien discreta, pero ¿qué hay del impacto a largo plazo? ¿la perdurabilidad? ¿el legado?

El video de "Dayoscript", que dura 40', también hace una reflexión algo más inquietante. El *youtuber* y gamer "Lolito" (491.000 seguidores en *Twitter*, 5 millones de suscriptores en *Youtube*) comunicó a través de sus canales que va a establecer su sede fiscal en Andorra porque se ha informado de que en Espa-

ña se puede pagar "hasta el 50%" de impuestos. Además, según él España le ha dado "muy poco" anticipándose a las críticas de los *haters* que podrían recriminarle que contribuyera con sus impuestos a pagar la salud y educación pública, dado que él "casi no ha pisado el instituto". Establecerse en Andorra es legal, así como en Mónaco. Por ello, el lunes pasado en el Global Esports Summit celebrado en Madrid uno de los ponentes animó a los *gamers* a subirse al barco del *international business* y mudarse al Principado. A partir de aquí cada uno puede pensar lo que quiera. Pero mi reflexión (compartiendo la de Dayoscript) es la siguiente: ¿hasta dónde llega el mensaje de influencer? ¿hasta qué punto tiene responsabilidad sobre lo que dice / hace? Y lo más importante ¿cómo nos afecta?

Volviendo al Global Esports Summit, La mayoría de



**Álvaro Fernández Luna**  
Profesor de Gestión Deportiva  
Universidad Europea

agencias de marketing participantes hicieron la misma recomendación: para demostrar a los inversores que es posible monetizar a un equipo de *esports*, éstos deben priorizar su estrategia *social media*, y adoptar técnicas del *influencer*. Es decir, a grandes rasgos generar contenidos de manera regular mostrando una cercanía y espontaneidad frente a la audiencia que hagan subir las métricas, bien grabándose en directo a través de *streaming* o subiendo contenido en redes. Esto parece de recibo en un negocio digital en aumento como son los deportes electrónicos, o en otras disciplinas "no oficiales" de creciente popularidad como los deportes extremos, pero ¿qué sucede con los deportes clásicos que necesitan un balón o una raqueta?

Las acciones de *community management* ya están instauradas en el mercado en los deportes tradicionales, aunque el grueso de su audiencia sigue estando formada por consumidores más analógicos que digitales. El objetivo, por tanto, de clubes y otras entidades

dad frenética en redes sociales. Además, su producción en estos canales se concentra aún más en los compromisos comerciales adquiridos. Y finalmente, está el hecho nada desdeñable de que quieran mantener su privacidad y no compartir sus

de las acciones de marketing posibles como apuntan varios informes sectoriales<sup>1</sup>. De hecho, las marcas de productos deportivos/moda parecen estar obligadas a llevar a cabo estas activa-

## Una ecuación por resolver

deportivas clásicas es acercarse a nuevas audiencias (*milenials*) con el uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales (también abriendo mercado en los *esports*). Sin embargo, el deporte se mueve por otros códigos que no son fácilmente adaptables al *modelo influencer*. Primero porque la información deportiva está todavía copada por los canales de comunicación convencionales, aún en su versión digital. Y en segundo lugar porque esa "cercanía" parece a todas luces imposible para los jugadores o atletas profesionales. ¿Se imaginan a Mireia Belmonte o a Rafael Nadal grabando un video diciendo que se mudan a Andorra? Siento escalofríos sólo de pensarlo.

Sin embargo, esto no quita que Carolina Marín, Ruth Beitia, o Javier Fernández sean *influencers*. Cualquier exposición mediática es susceptible de inspirar o reproducir comportamientos en los espectadores / lectores / oyentes. A pesar de ello, no son *influencers* al uso dado que en muchos casos es complicado que puedan compaginar su actividad deportiva con una activi-

dades cotidianas más allá de sus éxitos deportivos o alguno de sus entrenamientos. Hay alguna excepción (como un jugador del Betis que es un animal mediático en redes), pero la duda está en qué sucederá en un futuro inmediato, cuando los *milenials* sean mayores y no vean saciadas sus ansias de consumo digital ¿bajarán sus expectativas y asumirán los códigos de comunicación del deporte tradicional o tendrán los atletas que adaptarse a las técnicas de los *influencers*?

No podemos olvidar que el *modelo influencer* puede ser más complicado de aplicar a un entorno de deporte espectáculo, pero es fácil de instaurar en el deporte praxis. Existe una ingente cantidad de *influencers* que no son deportistas profesionales y transmiten a través de Instagram sus hábitos de vida (principalmente de actividad física y alimentación), y de esto pueden sacar provecho otras entidades deportivas como pequeños clubes o centros de fitness. Por no mencionar las marcas deportivas que contratan los servicios de estos trabajadores autónomos digitales para promocionar sus productos, siendo una de las medidas más utilizadas dentro

ciones con *influencers*. Que los centros de fitness otros negocios deportivos sigan su estela es cuestión de tiempo. Aunque esto genera un problema añadido, ¿cómo se controla que los *influencers* transmitan un mensaje de calidad? Y más cuando estamos hablando de la salud de los practicantes ¿importa más que el *influencer* sea graduado en deporte/nutrición y sepa de lo que habla, o que tenga muchos seguidores?

Nadie puede dudar que Freddie Mercury era un poco consciente de que estaba haciendo historia en 1985. Pero seguramente lo que no sabía era que 23 años después, una película (más bien un videoclip largo) iba a reproducir con pelos y señales ese concierto mítico batiendo records de taquilla, y que una canción con una estructura inusual alejada del pop como "Bohemian Rhapsody" se iba a convertir en la más reproducida en la plataforma de *streaming* con mayor número de usuarios en el mundo. Trasladen el público de la pista de Wembley a las gradas y pongan en el campo a 22 jugadores con su cuerpo técnico. Es diferente y lo mismo a la vez. Otra manera de hacer historia y otra manera de influenciar. Los emisores y los receptores



siguen siendo los mismos, pero el cambio de canal (los medios digitales) hace que el mensaje se multiplique y por tanto sea susceptible de distorsionarse ante millones de interpretaciones.

Es por ello, que las agencias y expertos en marketing deben contar hasta diez antes de asumir que la técnica *influencer* es beneficiosa para cualquier espectáculo (ni para otros ámbitos como la política) donde



los agentes protagonistas son un espejo, para bien y para mal. Quizás estén en lo cierto con los *esports*, por su modelo de negocio, pero si pegamos el salto al deporte tradicional siempre tenemos que pensar en que lo que mueve a nuestros clientes más allá de los resultados, son los valores. Y aunque inevitablemente los mensajes que transmiten los agentes, jugadores y entrenadores en medios convencionales no son siempre positivos, al menos están exentos del riesgo de crear una herida más profunda en su público por una mala exégesis de un mensaje descontextualizado desde dentro de la entidad. El *gossip* llevado a su máxima expresión.

Con esto no quiero decir que las cosas estén bien como están, siempre se debe mejorar, pero lo ideal sería encontrar un punto

medio entre la espontaneidad agresiva del *influencer* con el mensaje comedido de las agencias de comunicación. Y eso no es nada fácil en un mundo donde los extremos venden (y mucho). Nunca podremos saber cómo habría sido el *instagram* de Freddie Mercury (un sueño para muchos), o del de George Best o James Hunt, genios deportivos de vida distraída. Quizás hubieran optado por no tener redes, quién sabe... pero ello no ha evitado que sean inspiradores para muchos todavía hoy, con sus luces y sombras.

Brandmanic (2018). Estudio sobre Marketing de Influencers en España 2018. Recuperado de: [https://www.brandmanic.com/wp-content/uploads/Estudio\\_Marketing\\_de\\_Influencers\\_en\\_Espa%C3%B1a\\_2018.pdf](https://www.brandmanic.com/wp-content/uploads/Estudio_Marketing_de_Influencers_en_Espa%C3%B1a_2018.pdf)

## Baloncesto de formación: los minis buscan seguir la racha

La Federación de Baloncesto de Madrid anunció el 13 de febrero la relación de jugadores y jugadoras de minibasket convocados para el Campeonato de España de Selecciones Autonómicas, que se disputará en San Fernando (Cádiz) entre los días 13 y 17 de abril.



Los chicos buscarán repetir el título de 2018, cuando Madrid completó una histórica triple corona en los tres campeonatos masculinos de formación: cadete, infantil y mini. Entonces las chicas también subieron al podio, ya que lograron la medalla de bronce.

En este nuevo curso, las cosas han comenzado bien para las selecciones madrileñas. En los campeonatos infantiles y cadetes 2019, celebrados el pasado mes de enero en la provincia de Huelva, se consiguieron tres medallas: dos de oro (cadete masculina e infantil femenina) y una de bronce (infantil masculina). Un balance que el director técnico de la FBM, Borja Castejón, calificó como **“muy positivo y el reflejo del gran trabajo que hacen los clubs madrileños”**. Castejón también destacó el esfuerzo del combinado cadete femenino que, tras un cúmulo de contratiempos con numerosas lesiones de última hora, no pudo evitar el descenso al grupo Preferente: **“Representaron a la Comunidad de Madrid**

**esforzándose al máximo en todos los partidos y eso es todo lo que les podemos pedir, esa imagen de esfuerzo y trabajo constante”**.

En los campeonatos cadetes e infantiles, las selecciones madrileñas contaron con el apoyo de Ibercaja como patrocinador principal. Fernando Arcega, subcampeón olímpico en Los Angeles'84 y ahora jefe de Negocio Institucional de la entidad, resaltó el **“comportamiento ejemplar de las selecciones madrileñas, algo que nos refuerza todavía más en nuestro patrocinio porque nosotros invertimos en la base, en la formación y sus valores”**.

En el Mini de San Fernando, las selecciones tendrán el patrocinio de Marco Aldany. La cadena de peluquería y

estética renovó su apuesta por el baloncesto de base, en especial por los pequeños del minibasket (8 a 12 años), el pasado 21 de febrero. Alejandro Fernández Luengo, cofundador de Marco Aldany, señaló que **“en este primer año hemos confirmado que el camino que emprendimos es el acertado. Estamos muy satisfechos por ayudar a fomentar el deporte de base y especialmente el baloncesto con sus futuras estrellas. Es una inversión de largo recorrido y el retorno a la marca es indudable”**. Tras la firma del convenio de colaboración, el presidente de la FBM, Santos Moraga, agradeció el apoyo de Marco Aldany porque **“supone un salto de calidad en las competiciones de los niños, de los más jóvenes que representan el futuro de nuestro deporte”**.

**FieldTurf®**  
A Tarkett Sports Company

**LÍDER MUNDIAL EN SOLUCIONES DEPORTIVAS.**

FIELDTURF POLIGRAS, S.A.  
AVDA. LLANO CASTELLANO, 13-4º PL. 28034 MADRID  
FIELDTURF.COM



# El Deporte en el Anteproyecto de Ley: **de Principio Rector a derecho de la ciudadanía**



**Francisco de la Torre Olid**

Profesor de Derecho Civil  
Universidad Isabel I

El Anteproyecto de la nueva Ley del Deporte ha sido aprobado por el Consejo de Ministros del pasado 1 de febrero de 2019, lo que ofrece un avance de la nueva Ley que parecía necesario tras 30 años de vida de la anterior. Bien es cierto que, la tramitación de la novedad normativa, nos sumerge en un proceso aún largo hasta su definitiva aprobación (ya que queda abierto un periodo de consultas, informes y dictámenes para que se conforme el proyecto de ley que será enviado a las Cortes, con el consiguiente período de tramitación parlamentaria).

El texto que se nos ofrece es ambicioso, ya que la realidad deportiva es compleja y para abarcar su tratamiento integral requiere un esfuerzo del legislador que contemple y ordene todos los extremos jurídicamente relevantes, si bien es preciso destacar que donde se da un gran avance es en la proclamación del derecho al deporte.

Hasta ahora la Constitución española se limitaba a recoger esta actividad como un principio rector pasando a consolidarse como un verdadero derecho subjetivo (El primer reto que debe afrontar esta Ley es el reconocimiento de la actividad física y el deporte como derecho de la ciudadanía,

según se expresa el punto I del Preámbulo).

No es una cuestión teórica ni menor esta redefinición y configuración de la categoría jurídica ya que debemos prever que el mandato constitucional a los Poderes Públicos de fomentar el deporte (expresamente ordenado en el art. 43.3 CE) se ha de corresponder con la garantía de satisfacción del interés de cada persona en su dimensión deportiva.

Es decir, el valor del deporte no se contempla sólo en un plano social y propio del interés general sino que se ha de vincular a la persona y, además de afirmarlo como interés propio y digno de tutela, se tiene que traducir en un empoderamiento del titular para que lo pueda ejercer en toda la extensión que su contenido esencial proyecte y que también pueda reclamar la lesión de su derecho cuando no se le facilite, respete o se le quebrante.

En este sentido ya tuvimos ocasión de manifestarnos al enmarcar la Constitución Española en su entorno internacional y dar significado al cuadro de derechos fundamentales que, como pilares del Ordenamiento, se han de reconocer ligados al deporte si éste, como no puede ser de otra manera, se inserta y sirve a

la integridad física y moral (Así lo escribimos en el año 2014 en *"El tratamiento del deporte en el derecho español. Una visión desde los valores, principios y referentes constitucionales"*. Revista Internacional de Derecho y Ética del Deporte).

La dignidad humana, donde se radican todos los derechos de la personalidad para el desarrollo y realización de ésta, nace desde la individualidad y con una proyección social, donde también se entiende el deporte como instrumento para esa socialización.

El derecho humano, categoría a la que se eleva el deporte, es propio de toda persona por el hecho de serlo, lo que implica reconocer el derecho de un modo universal, para toda la ciudadanía (no en vano es una actividad humana enormemente enriquecedora y generadora de bienestar personal, también constituye un importante instrumento de cohesión social, un eficaz vehículo para la transmisión de valores y un sólido elemento de impulso económico, tal como el citado Anteproyecto recoge).

Es fácil comprobar cómo se hace posible el ejercicio de este derecho en colectivos determinados, por ejemplo en los menores, desde que se incluye en el ite-

nerario curricular de la formación obligatoria. Si bien, esta constatación ya sugiere otras consecuencias como es que el derecho se entrelaza necesariamente con un contenido obligacional, como derecho-deber no siendo una opción cursar esta educación.

En efecto, el derecho al deporte en los menores de edad, es materia propia de la educación y, por tanto, en la esfera familiar o ámbito privado, se considera propio del contenido de la patria potestad: es una facultad-deber de los padres asegurar la educación de sus hijos y, por ende, conducirles a la práctica deportiva (cfr. art. 154 del Código civil). De ello se puede concluir que el temor a la obesidad infantil debe superarse con un ejercicio responsable de la educación paterna. De igual manera, en el plano social y ámbito de la educación pública, tal superación ha de llegar si el legislador implementa, en el diseño de la formación, suficientes contenidos a la actividad deportiva (siendo responsable el legislador de esa curriculum saludable y la Administración educativa de velar y dotar de unas infraestructuras y medios suficientes).

Avanzando en lo anterior, en la minoría de edad se entiende que cada vez preocupe más al legislador y no solo en la esfera de la personalidad, en la educación, desde luego, en la intimidad y en la imagen por demás; también en la regulación de los derechos económicos, sobre todo

tutelando la contratación de los menores. En este colectivo joven la obligación de hacer deporte es un mandato legal (como lo es todo el ciclo y contenidos formativos).

Mirando a otros colectivos sociales el ejercicio del derecho al deporte nos asoma a considerar si es una actividad voluntaria, que lo es, con ese contenido obligacional propio. Esto permite concluir en otras direcciones: por ejemplo, al hablar de un preso igual que se asume un deber de alimentación forzosa, para no dejar morir al interno-dependiente del Estado en huelga de hambre, se tiene que concluir que "salir al patio" no es ya una opción sino una exigencia propia de la garantía, derecho-deber del deporte. De igual modo, en un escenario laboral, tendremos que entender que la salud pasa por una prevención de riesgos que se traduce en la preservación de la práctica deportiva como medio de garantizar la salubridad en el trabajo, contemplando al trabajador deportista como revestido de un perfil más idóneo para el derecho a la ocupación efectiva y a la promoción.

Y si todo lo anterior puede ser útil para explicar, ejemplificando, la realidad deportiva tanto en su aspecto activo (de titularidad de derecho) como en el pasivo (de contenido obligacional), también el protagonismo de la persona, su iniciativa, su voluntarismo, tiene que dar razón para entender que el ejercicio físico, como actividad de riesgo, se afronte en toda su dimensión y, por tanto, permite que se consolide la *doctrina de la asunción de riesgos* (algo que ya, en esta Revista, este mismo autor predicó en el nº 32). Y es que hacer deporte es un derecho, como también la práctica requiere desplegar una diligencia y cuidado suficiente de modo que minimicemos los

riesgos conociéndolos y concienciándonos sobre los mismos desplegando un ejercicio responsable.

Trascender la individualidad no presenta mayor trauma si, de nuevo en base a un marco constitucional, asumimos que la esencia de lo humano requiere esa proyección social. Resulta fácil entender que, por razón del factor colectivo que caracteriza el deporte, la actividad física suponga también un foco de tensión o desencuentro (también derivado de las propias notas de competitividad y estrés). Así se puede tomar referencia, en sede de derechos fundamentales, del asociacionismo para explicar que el protagonismo de la persona sirva para configurar la organización del deporte mismo (a través del mapa federativo, descansado en el club). De igual modo y, también de forma sintética, debemos valorar favorablemente que la superación de la confrontación grave en el deporte pueda venir de la mano de la mediación como instrumento de solución extrajudicial de conflictos (tal como se hace en el Anteproyecto y se postuló en Deporcam nº 33 ), expresión lógica de ese protagonismo de la persona.

No olvidamos cierta polémica que sí ha traído el Anteproyecto (como la coloquialmente entendida cláusula antimonopolios que se interpreta como contraria a los intereses de la Liga de Fútbol), tampoco se ignora la complejidad en armonizar un escenario territorial autonómico, si bien en esta entrega lo que no se podía dejar de decir y valorar positivamente es este avance por el derecho al deporte como derecho de la ciudadanía y sugerir puntos que sirvan para entender su significación jurídica y vislumbrar su trascendencia práctica.



# inball

## PADEL



**La localidad madrileña de Las Rozas ha estrenado recientemente una nueva instalación deportiva en la Dehesa de Navalcarbón. Se trata de la instalación de las pistas cubiertas de Inball pádel, S.L.**

La cubierta, inspirada en una pelota de pádel patentada por Inball pádel tiene 2.150 metros cuadrados de superficie, 52 metros de diámetro y una altura de 16 metros. Las seis pistas que componen el complejo pueden acoger todo tipo de campeonatos, ligas e incluso cualquier otra actividad.

**Inball pádel** es un club de pádel indoor privado que nace con la idea de ofrecer un servicio diferente y único al resto de clubes existentes hoy en España. El proyecto nace con la visión de ampliar la proyección del pádel aficionado y dar un salto cualitativo en la prestación del servicio y

metros de diámetro y 16 metros de altura con forma de pelota de pádel.

- Un espacio amplio que ofrece una sensación única para practicar este deporte.
- Cómodo, gracias a la cubierta y a su altura. Evita cualquier inclemencia meteorológica como lluvia, viento, lluvia racheada, calor, etc., lo que permite tener clientes en horas y fechas que en otros centro no es posible.
- Un modelo de negocio funcional, transportable y reutilizable.
- Rápido y fácil de montar, lo que permite empezar a rentabilizar la inversión antes de lo

- Unos estándares de calidad marcados con rigurosidad, con regulación de proveedores y garantía absoluta en cada una de las piezas del desarrollo del club, desde la cubierta, pasando por el edificio hasta las pistas.
- Un plan estratégico comercial y de expansión que ofrece precios muy competitivos y beneficios diferentes que captan la atención de los usuarios; lo que permite aumentar la ocupación del centro en un periodo corto de tiempo.
- Una escuela de pádel actual y a la vanguardia de las últimas novedades en técnicas de enseñanza de pádel; tocando las áreas técnica, física, teórica y psicológica.
- Contribuir al desarrollo de cada individuo a través de la práctica del pádel. Es constatable que la práctica del deporte favorece el bienestar de las personas tanto física como psicológicamente.

La característica principal de este complejo radica en la potente imagen de la cubierta, con forma de pelota de pádel que se eleva hasta los 16 metros de altura. Se trata de un pabellón presostático, gracias al cual es posible jugar al pádel durante todo el año a una temperatura confortable. El club está compuesto por un área de entrada, una zona deportiva, con 6 pistas de pádel de la mejor calidad, zonas de ocio y diferentes espacios, y una zona externa, con parking privado.

**“  
Inball pádel es un club de pádel indoor privado que nace con la idea de ofrecer un servicio diferente y único al resto de clubes existentes hoy en España**”



en el desarrollo de la gestión.

Las claves para conseguir estos objetivos son:

- Una impactante cubierta climatizada de 52

habitual en cualquier otra construcción de un club de pádel.

- Una gestión eficaz y eficiente que permite tener una alta ocupación del centro.





# CUALIDADES HUMANAS DE LOS DIRIGENTES DEPORTIVOS

## ACCIONES EJEMPLARES



**FX Lasunción**

*fxl.sportsquality@gmail.com*

**Pensando en la Calidad Humana de las personas** al frente de las entidades deportivas, sean calificados como nos parezca más oportuno en cada caso - directivos, managers, gestores o líderes - me vinieron a la memoria personajes relevantes de nuestro entorno y acciones ejemplares de los mismos que, en su momento, me hicieron reflexionar sobre la calidad de su trabajo y lo mucho que yo tenía que aprender de ellos para mejorar en mi trabajo.

Para no dejar caer en saco roto tales lecciones y también para que sirvan a otros dirigentes, me animé en su momento a escribirlas bajo el título de "experiencias o anécdotas" con moraleja aplicada a alguna de las principales cualidades o virtudes que se debieran desarrollar y aplicar en la función directiva, habida cuenta de la necesidad que tenemos de tener en cuenta que no solo manejamos procesos y máquinas sino que debemos "orientar, motivar, instruir y liderar a personas".

Y que todo ello exige el tratar de ser ejemplares en aquello que sabemos es positivo para ellos pues, queramos o no, las personas de nuestros equipos de trabajo se fijan en nosotros y nos valoran y evalúan tanto en lo técnico como en lo humano.

Está claro que relatar acciones ejemplares de personas en activo es algo muy arriesgado por cuanto puede interpretarse como una búsqueda de agradecimiento o de "peloteo", así que parece mejor hacerlo de personas ya

difuntas, y es por ello que he seleccionado anotaciones sobre mis relaciones con Juan Antonio Samaranch a lo largo del tiempo en que fue presidente del COI. Y ello, sobre cualidades concretas tales como: expeditividad o rapidez, puntualidad, sociabilidad, sensibilidad, eficiencia, espíritu de servicio, y auto control.

Espero y deseo que cada uno de los lectores de las anécdotas que describo las tomen como pequeñas lecciones para mejorar sus cualidades humanas aplicadas a las relaciones profesionales. Si una persona tan relevante a escala mundial como JAS tuvo para conmigo un comportamiento tan delicado y pleno de pequeños detalles como los que se perciben en lo que describo, ¿qué menos debemos hacer nosotros con el personal de nuestra entidad del cual dependen los resultados de la empresa?

- Estábamos charlando Javier García Aranda y yo con JAS y surgió el tema de sus planes matutinos de gimnasia. Le comenté que también Javier utilizaba una cuerda de saltos. Entonces JAS habló del tipo de cuerda que utilizaba, llamó a una secretaria para pedirle una y, al momento, se la regaló a Javier.
- Siempre recibí respuesta por parte de JAS a mis cartas y curiosamente, mucho más rápido que la recibida de otras personas a las que remitía cartas sobre el mismo asunto. En algunos casos, él fue el único en contestar.
- Tenía una entrevista con JAS concertada a las 15:00 en su despacho del Chateau de Vidi. Me recibió la secretaria general del CIO- F. Sweifle- y me dijo que JAS no había llegado. Me extraño, pues,
- Había pasado el tiempo de duración previsto para la reunión que manteníamos, se levantó y salió del despacho airosoamente, dejándonos atrás a F Sweifle (FS) y a mí. Ésta me dijo que JAS tenía programada otra reunión a esa hora y que siempre era puntual.
- Tras una reunión de trabajo con JAS, me invitó a asistir a un encuentro con dirigentes deportivos suizos que anualmente organizaba. Era un encuentro informal con aperitivo e iba saludando a los invitados. Me presentó a algunos y, al poco, me dijo "ven que quiero enseñarte las esculturas del jardín y las modificaciones que he mandado hacer." Me dejó sorprendido por su generosidad al dedicarme un tiempo extra y su pasión por las obras de arte vinculadas al deporte.



*Juan Antonio Samaranch en un acto del Comité Olímpico Internacional*

siempre me había recibido a la hora en punto. Llegó a las 15:05 y me pidió perdón por el retraso "debido a problemas del vuelo desde Bcn". Obviamente, fue un detalle por su parte que manifestaba su seriedad, autoexigencia y responsabilidad

**...no solo manejamos procesos y máquinas sino que debemos "orientar, motivar, instruir y liderar a personas".**



# OCEAN FACILITY SERVICES



LIMPIEZAS GENERALES



INSTALACIONES ACUÁTICAS



MANTENIMIENTO TÉCNICO



SERVICIO DE SOCORRISMO

**DELEGACIÓN MADRID**  
Calle Joaquín Lorenzo, 50  
28035 Madrid  
Teléfono: 913 866 866  
[comercial@grupocean.com](mailto:comercial@grupocean.com)

**DELEGACIÓN CATALUÑA**  
Avenida Pau Casals, 6  
08091 L'Hospitalet de Llobregat Barcelona  
Teléfono: 932 662 568  
[info.catalunya@grupocean.com](mailto:info.catalunya@grupocean.com)

[WWW.GRUPOCEAN.COM](http://WWW.GRUPOCEAN.COM)



almuerzo con JAS y FS y ésta comentó que tenía un compromiso y que debía dejarnos. Como mi vuelo era mucho más tarde, JAS se ofreció a enseñarme todos los espacios de la sede del CIO – salas, refugio atómico, gimnasio y garaje donde me mostró un furgoneta con despacho incorporado que le habían regalado. Lo curioso es que era él el que abría y cerraba puertas y luces; no quiso molestar al personal auxiliar.



- Estábamos en Quebec asistiendo a un congreso en el cual se concedía a JAS el título de Doctor Honoris Causa de la Universidad de Lavan. Nos cruzamos en un pasillo y me dijo *“ya he leído el abstract sobre tu comunicación y estoy de acuerdo con lo que dices”*. Vaya detalle, pensé yo.
- Durante el Congreso Mundial *“Sport for All”* organizado por el CIO en Praga, estaba yo en el hall esperando la apertura de una de las sesiones y llegó JAS: pasó por mi lado y me dijo. *“he visto que tú eres el único español, así que ten en cuenta que representas a nuestro país”*. Ese comentario me hizo entender el porqué era atendido tan delicadamente por muchos de los asistentes a los que yo no conocía; era evidente que él lo habría comentado a los organizadores.
- Hablábamos sobre la organización y el personal

del CIO y tomé nota de algo que me pareció interesante. *“aquí, todos son buenos trabajadores, se les paga bien y se les exige mucho para ganar en eficacia; yo respeto mucho la organización y procuro no dejar de lado a los responsables de cada área”*

- Le estábamos comentando a JAS detalles sobre el Seminario Internacional sobre Gestión de Instalaciones Olímpicas a celebrar en el Palau Sant Jordi con la colaboración del CIO el año 1991- justo un año antes de los JJOO de Barcelona - y nos recomendó: *“organizar las cosas para que los asistentes tengan lo que les permita hacer bien las cosas que desean, nada de excesos en comidas o regalos; dejarles tiempo para relacionarse y consultar aquello que les interese”*
- Le pregunté a JAS sobre sus horarios de trabajo y descanso a tenor de los muchos viajes que acometía así como reuniones diversas y me comentó, *“cuido mi salud y mi forma física comiendo poco y sólo degustando las bebidas alcohólicas, hago cada día mi plan de gimnasia y procuro no asistir a cenas, exijo estar en mi habitación hacia las 22:00 horas y tener libre para mí unas 10 horas”* A este respecto, y en plan un poco jocoso, un asistente a la reunión - Director General de Deportes de Guipúzcoa en esos momentos - le dijo, *“pues cuando vaya a San Sebastián, allá nadie cena a las 20 horas”*, y JAS le respondió *“entonces tendréis que organizar un almuerzo”*.
- La Fundación Brafa le invitó a asistir a una tertulia con familias de alumnos de sus escuela deportiva y lo primero que hizo JAS fue preguntar a los directivos qué querían que

dijese; tomó un papel y fue tomando nota. En la tertulia habló de los temas comentados.

- Hablábamos de sus últimos viajes y dijo *“este verano fui al pueblo de una de mis secretarías, pues se lo había prometido. Tuvieron mucha atenciones para conmigo y pensé, ni que hubiese venido mister Marshall”*.
- El día 16 de julio del año 1990 tuve la suerte de estar con JAS y le felicité por su décimo aniversario al frente del CIO; me contestó sonriendo y dijo *“y viviendo día a día con intensidad”*.
- Estaba enseñándome la maqueta del actual Museo Olímpico de Lausana y sus pormenores y dijo: *“aquí arriba se puede hacer una vivienda donde yo quisiera vivir y ser como el responsable del museo”*.

Obviamente, recordar estas vivencias y, sobre todo, la reflexión profunda sobre cada una de ellas, es como recibir nuevas lecciones sobre las cualidades y virtudes que deberíamos desarrollar todos los que tenemos o deseamos tener responsabilidades de dirección en entidades deportivas. Ello me llevó a mí a entender que *“hay que aprender a dirigirse a sí mismo antes de tratar de dirigir a los demás”* y cada vez que lo recuerdo, me siento un privilegiado por haber recibido esas lecciones prácticas de un dirigente líder tan relevante como fue Juan Antonio Samaranch.



# Mantenemos en Forma tus Instalaciones



FACILITIES  
MANAGEMENT



MANTENIMIENTO



SOFT  
SERVICES



ANÁLISIS Y  
DIAGNÓSTICO



SOLUCIONES  
ENERGÉTICAS



GESTIÓN DE  
ESPACIOS Y  
OBRAS



GMAO  
GLOSE EAM



IT SERVICES



# IES Prado de Santo Domingo, un ejemplo de proyecto deportivo de centro



**Carlos Heras Bernardino**

Profesor del IES Prado de Sto. Domingo  
Miembro del grupo internivelar e interdisciplinar Actitudes  
@herasbernardino  
www.grupoactitudes.es



**El creciente aumento del sedentarismo y obesidad en edad infantil y adulta, así como las últimas investigaciones que relacionan la práctica de ejercicio físico con la mejora del aprendizaje, han propiciado que en los últimos años hayan surgido voces de expertos que justifican y reclaman un aumento del número de horas de educación**

**física para la etapa obligatoria. Ahora bien, nos encontramos ante una importante encrucijada: ¿debemos orientar la materia hacia estos objetivos externos, o debemos ponerla al servicio del desarrollo de experiencias positivas y de éxito en los alumnos que les lleve a ser más autónomos y competentes?**

Para ofrecer un poco de luz a esta cuestión presentamos el proyecto deportivo de centro desarrollado en el IES Prado de Santo Domingo (Alcorcón, Madrid). Surgido en el curso escolar 2012-2013 tras un análisis de necesidades en el centro, inició su andadura como proyecto propio estructurado en torno a tres ideas fundamentales:

- La firme convicción de que el nivel de práctica de actividad física en la edad adulta depende en gran medida de las experiencias positivas que hayamos generado en nuestras clases con todos los alumnos.

- La importancia de contribuir desde la materia al desarrollo de las competencias clave.
- La necesidad de desarrollar una cultura deportiva en el centro que contribuya a la mejora de la convivencia.

Desde el curso escolar 2016/2017, el proyecto propio se transforma en el actual **proyecto deportivo de centro** (ORDEN 974/2017), asentado en dos **señas de identidad** o líneas de trabajo:

- La contribución a la autonomía personal: materializada mediante el fomento de procesos de evaluación formativa y

compartida (López-Pastor, & Pérez-Pueyo, 2017), y el uso de metodologías activas basadas en la hibridación de los actuales modelos pedagógicos (Fernández-Río, Calderón, Hortigüela, Pérez-Pueyo y Aznar, 2017).

- El fomento de la salud, que se concibe como una consecuencia lógica de todo lo anterior. De esta manera, la selección de las propuestas metodológicas y evaluativas serán la piedra angular que marque el desarrollo de experiencias de éxito, y con ello la mejora de la autoestima y la percepción de competencia de todos nuestros alumnos.

Sobre esta declaración de intenciones se configura el proyecto, caracterizado por la **ampliación de dos periodos lectivos para la materia de Educación Física** en toda la ESO, que se orientan a educación deportiva (Natación, Salvamento acuático, Floorball, Tenis y Badminton). De cada uno de estos deportes se establece una secuenciación de contenidos, criterios de evaluación y estándares de aprendizaje para los cuatro cursos de la ESO, permitiendo una integración coherente en la programación didáctica del departamento.

Vinculado al proyecto se desarrolla una **optativa denominada “deporte”**, con una carga lectiva de 2 horas semanales para cada uno de los cursos de la etapa, con la finalidad básica de “desarrollar propuestas variadas y alternativas vinculadas a la motricidad que permita a los alumnos disfrutar y generar experiencias positivas”. Por último destacar que el proyecto se complementa con la creación de un club deportivo elemental y un amplio programa de actividades complementarias y extraescolares.

Se trata por tanto de un proyecto aplicable a otros contextos, que demuestra la posibilidad y necesidad de aumentar las horas asignadas a la materia de educación física, pero siempre alejados de un discurso de orientado al rendimiento (López-Pastor & Gea-Fernández, 2009).

## REFERENCIAS:

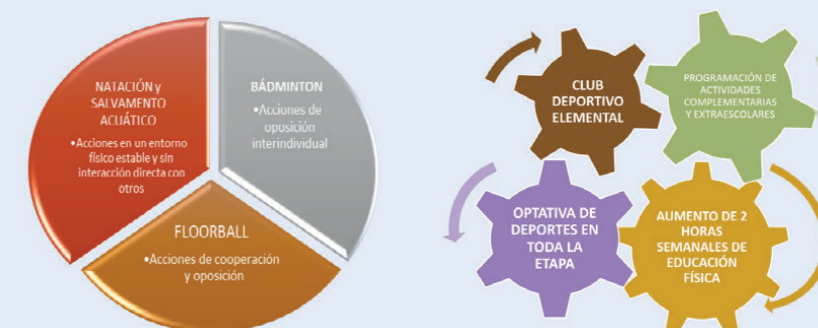
Fernández-Río, J., Calderón, A., Hortigüela, D., Pérez-Pueyo, A & Aznar, M. (2016). *Modelos pedagógicos en educación física: consideraciones teórico-prácticas para docentes*. Revista española de educación física y deportes, 413, 55-75.

López-Pastor & Gea-Fernández, J.M. (2009). *Innovación, discurso y racionalidad en educación física. Revisión y prospectiva*. Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la

Actividad Física y el Deporte, 10(38) 245-270.

López-Pastor V. M., & Pérez-Pueyo, A. (coords.) (2017). *Evaluación formativa y compartida en Educación: experiencias de éxito en todas las etapas educativas*. León: Universidad de León.

Orden 974/2017, de 3 de abril, de la Consejería de Educación, Juventud y Deporte, por la que se implanta el Programa de Institutos Deportivos en la Comunidad de Madrid y se regula la convocatoria para la incorporación al mismo de nuevos Institutos de Educación Secundaria.



... el proyecto se complementa con la creación de un club deportivo elemental y un amplio programa de actividades complementarias y extraescolares.







# LA GESTIÓN DE LOS CLUBES DEPORTIVOS DE BASE O ELEMENTALES



**Pablo Sánchez Buján**

Licenciado en Educación Física  
Máster en Administración y Gestión de Empresas (M. B. A.)  
Especialista en Gestión Pública Local



Creí en uno de esos clubes llamados de base o elementales, un club que era de barrio, de natación y sin instalaciones propias. Cuando empecé a nadar en 1958, Madrid, solo tenía una piscina cubierta cerca de Diego de León. Solo quiero añadir que parte de los mejores años de mi vida los he pasado en este club, primero como nadador y luego como entrenador y directivo.

Sorprende conocer la gran cantidad de clubes que están federados en España, aunque

no todos participan realmente de una forma activa. A los clubes federados hay que sumar asociaciones y clubes que promueven actividades deportivas saludables, sociales, no competitivas, etc., muchos de los cuales participan en competiciones municipales o privadas, lo cual nos daría una visión estupenda del deporte español y de sus organizaciones. Sin embargo el asociacionismo deportivo que tiene nuestro país está tiene una gran dependencia de las administraciones públicas.

Son muy pocos los clubes españoles que tienen instalaciones deportivas propias y una economía saneada. La mayoría dependen de las instalaciones deportivas públicas, para sus entrenamientos y competiciones. Esto podría ser aceptable si no se complicara con la exigua situación económica que en muchos casos les impide incluso pagar a sus técnicos, a pesar de las subvenciones recibidas de las administraciones, especialmente las autonómicas y locales.

En la situación actual la continuidad de estos clubes es muy complicada, dependiendo en gran parte de las ocasiones de aficionados o padres de deportistas que voluntariamente entregan su tiempo y a veces su dinero para mantener el “flote”.

Sin embargo, cada vez estoy más convencido del valor que tienen estos clubes para el tejido social de su entorno, y de la importancia de esos directivos que semana a semana se dejan la piel para que todo funcione.

de las competiciones para que se puedan encontrar patrocinadores?

Estas reflexiones no han llegado de forma espontánea. Son ya muchos años de experiencia en los que vengo observando, que la mayoría de los clubes de madrileños, dependen de las instalaciones deportivas públicas, para poder entrenar a sus deportistas y realizar sus campeonatos. **La labor que estos realizan es ifantástica!, pero mejorable al 100% en gran parte de los casos.**

número de socios. Crecer en la oferta de actividades, deportivas, culturales, sociales, etc. Para ello hay que hacer dos cosas principalmente: Crear un equipo directivo y formarle de modo empresarial a la escala necesaria según su tamaño y sus ganas de crecer.

A modo de información traslado algunos puntos que se deberían elaborar para lograr nuestro propósito:

**No cabe duda que lo ideal la formación de los cuadros directivos, técnicos,**

- 1 ANÁLISIS INTERNO  
MISIÓN, VISIÓN, VALORES  
(Antecedentes, recursos, etc.)
- 2 ANÁLISIS EXTERNO  
(MERCADO-SECTOR)
- 3 PRONÓSTICO
- 4 OBJETIVOS
- 5 ESTRATEGIAS
- 6 ELABORACIÓN DE LOS PLANES DE ACCIÓN
- 7 INTERRELACIÓN ENTRE PLANES
- 8 PRESUPUESTO
- 9 PUESTA EN MARCHA
- 10 CONTROL Y REALIMENTACIÓN



Pero además, los clubes, tienen un problema con la falta de una cultura del trabajo en común, del asociacionismo, y de la profesionalización de los responsables de la gestión.

Pero, ¿Cómo lograr que nuestras asociaciones y clubes deportivos puedan autogestionarse? ¿Cómo cambiar la cultura de los clubes y asociaciones deportivas (clubes sin instalaciones propias en su mayoría), para que profesionalicen su gestión? ¿Cómo mejorar la dinámica

Digo “fantástica” porque se realiza un gran esfuerzo por lograr unos medianos resultados con el escasísimo espacio/horario deportivo que los ayuntamientos madrileños dan a los clubes, de tal forma que se meten en la disyuntiva de “hacer lo que se pueda”, con unos técnicos deportivos en su mayor parte voluntarios, padres o familiares de alumnos e incluso, en ocasiones sin titulaciones adecuadas.

Sin embargo se puede y se debe hacer más. Crecer en

**colaboradores y voluntarios, con el fin de que a medio o largo plazo se profesionalice parte de la gestión.**

En gran parte de esta formación, puede colaborar el **Círculo de Gestores Deportivos de Madrid**, llevando así a cabo, una de las funciones para la que ha sido creado, **La formación continua de sus asociados y de los profesionales del deporte de la Comunidad de Madrid**



# NUEVOS PRODUCTOS 'ACTIVE AGING' DE MATRIX FITNESS

*Máquinas diseñadas específicamente para rehabilitación, personas de edad avanzada y fines terapéuticos*

Tener acceso a herramientas intuitivas y prácticas ayuda a conservar las capacidades físicas y a poder seguir realizando las actividades del día a día. En Matrix, creen en la calidad de vida gracias al movimiento y es por ello que cuentan con productos 'Active Aging'.

Su amplio portfolio de soluciones funcionales incluye equipamiento certificado clínicamente para rehabilitación, personas de edad avanzada y fines terapéuticos; soluciones para cubrir las necesidades de los especialistas que entienden lo importante que es tener un futuro saludable.

Puedes contar con Matrix para equipamiento orientado a mejorar cada aspecto del movimiento.

- fitness cardiovascular, fuerza funcional, flexibilidad, coordinación, equilibrio y agilidad. Descubrirás que todo lo que ofrecen es versátil, accesible y fácil de usar, preparado para motivar y retar mientras que trabaja en la movilidad que tus clientes necesitan para mantenerse independientes y saludables.

A continuación os destacamos algunos de sus mejores productos orientados a estos mercados.



## MATRIX

### MD-S71

**Máquina de extensión / encogimiento de piernas médica:**

Esta unidad combinada de la línea Versa ayuda a los clientes de todo tipo a progresar trabajando con el peso, posición y rango de movimiento ideal para sus necesidades únicas. Ajustes intuitivos y que permiten incrementar de forma progresiva el peso facilitan el crear progresiones que fortalezcan los músculos isquiotibiales y loscuádriceps

### MD-AP

**Polea ajustable médica:**

Esta polea ajustable de la línea Versa ayuda a los clientes de todo tipo a fortalecer el cuerpo entero, esencial para las actividades del día a día. Múltiples puntos de inicio, altura baja de comienzo y una relación de polea 1:2 que permite a los profesionales médicos precisar los ejercicios ideales para las necesidades de sus clientes y conseguir progresiones másefectivas.



### T3XM

**Cinta de correr médica:**

LaT3xm presenta una altura baja para subirse a la cinta, una velocidad de inicio baja, pasamanos ergonómicos y una consola LED que muestra información esencial para tus clientes, además del rendimiento y la durabilidad que se espera de Matrix.



### R3XM

**Bicicleta reclinada médica:**

La bR3xm puede ajustarse rápidamente a tus clientes únicos. El largo del pedal, la altura del asiento y su orientación son fácilmente modificables para cubrir las necesidades terapéuticas específicas, y la intuitiva consola LED muestra únicamente la información esencial para el progreso de tus clientes.



### MD-S70

**Prensa de piernas médica:**

Esta prensa de piernas de la línea Versa permite a clientes de todo tipo progresar trabajando con el peso, posición y rango de movimiento ideal para sus necesidades únicas. Ajustes intuitivos y una variedad de opciones ofrecen un espectro de ejercicios de progresión y rehabilitación que fortalezcan la parte inferior del cuerpo.



Más detalles de los productos 'Active Aging' de Matrix Fitness en [www.matrixfitness.es](http://www.matrixfitness.es)

*En Matrix, creen en la calidad de vida gracias al movimiento*



# ¡ LA PISCINA MÁS GRANDE DE EUROPA... !



Fernando Andrés Pérez  
Arquitecto

Recientemente la televisión ha reprogramado la película "Niágara" que Henry Hattaway dirigió en 1953 y que se estrenó en Madrid el 05 de octubre de aquel mismo año. Encabezaban el reparto Joseph Cotten y Marilyn Monroy, que se convirtió con esta típica película de cine negro en el mayor mito erótico de aquellos años. Por no sé qué extraño mecanismo mental recordé que había oído hablar de la existencia en nuestra ciudad de una piscina con aquel mismo nombre tan sugerente, aunque no tenía ni idea de dónde podía haber estado situada... ¿Habría sido la primera piscina de Madrid, o procedería de los años cincuenta dada la coincidencia de nombres? Incluso, ¿Cuál habría sido la piscina de uso colectivo más antigua de España?

## LA PISCINA "EL NIÁGARA"

En el siglo XVII comenzaron a popularizarse las casas de baños, al principio solamente utilizadas por prescripción facultativa para hacer baños de asiento e hidrotermales. Estaban concebidas como balnearios y centros de tratamientos acuáticos, pero más tarde comenzó a divulgarse su uso para resolver las carencias higiénicas de muchas viviendas, pues apenas si tenían baños, y, como mucho existían aseos colectivos en las esquinas de las plantas de piso de "las corralas".

En 1879 se inauguró la primera piscina propiamente dicha, que se anunciaba como un establecimiento de baños con dos "pilas de natación" al aire libre y otras menores en habitaciones para uso privado mediante alquiler. Era el balneario "El Niágara" que estaba situado en el número 12 del Paseo de San Vicente, hoy 14 de la Cuesta de San Vicente, en el terreno vecino al "Lavadero de Rivadeneyra", otro de los equipamientos colectivos que se utilizaban en aquella época para resolver las necesidades higiénicas. Antiguamente se conocía a esta vía como el Camino del Río y transcurría por ella el Arroyo de Leganitos, que dotaba de agua a los baños y al lavadero. Estos dos establecimientos estaban situados en el lateral derecho de la calle según ésta descendía al río, justo antes de donde hoy existe una glorieta y gira hacia la derecha. Ambos equipamientos, situados en parcelas paralelas de gran fondo, llegaban por detrás hasta el entonces denominado Paseo Alto del Rey, hoy calle Irún.



Baños del Niágara

El propietario de entonces, D. Vito Montaner, habilitó un espacio ajardinado de unos 3.500 m<sup>2</sup> donde situó una pila de natación al aire libre de 23x8x1,50 m reservada a los hombres y otra menor para las mujeres de dimensiones desconocidas. Anunciaba que el agua era del Lozoya y que estaba a 23°C, al "solearse muchas horas al día". Había llegado a un acuerdo con la compañía de "Tranvías de Madrid" para que sus clientes pudieran llegar hasta aquella zona desde la Puerta del Sol a un precio reducido. Instaló un sistema de tubos que calentaban el agua para poder utilizarla en invierno, ofertando desde entonces baños de vapor e hidroterapia durante todo el año. En diversas habitaciones independientes instaló 16 baños de 3 m<sup>2</sup> y 1 de profundidad, 11 pilas de baños calientes en otras tantas cabinas, y 12 más de mármol en locales decorados con gran lujo. Unos vestuarios y un restaurante completaban la oferta de servicios.

Años después, un nuevo propietario, D. Santiago Domínguez quiso convertir el establecimiento en parque recreativo instalando una montaña rusa y una pista de hielo sobre la propia piscina. En 1914 comenzó a funcionar una sala de cine, el "Petit-Cine", posteriormente reformado y rebautizado como "Cinema España", hasta que en 1921 el Club Natación Atlético adquirió el establecimiento y fijó allí su sede, celebrando competiciones de modo habitual. Diez años después se fusionó con

el Canoe Club, fundado en 1930, conformando el "Canoe Natación Club", y se comenzó a cubrir la pila mayor para utilizarla en invierno con el agua entre 22 y 25° C. Fue la primera piscina cubierta de iniciativa privada de Madrid al inaugurarse el 20 de diciembre de 1931, aunque desapareció al comienzo de la década de los cincuenta al construirse en aquel terreno un hotel y un nuevo cine, el Príncipe Pío, hoy también desaparecido. Unos años antes, en 1922, el Club Natación de Barcelona había inaugurado la que parece fue la primera piscina cubierta realizada en España.



Club Natación Barcelona

## LAS INICIATIVAS DE LOS AÑOS TREINTA

a principios de siglo, apenas si existían en la ciudad algunas ofertas acuáticas generadas por clubes privados de carácter recreativo y de acceso sumamente restringido. Para paliar esta carencia que el pueblo llano pudiera utilizar en verano, el Gobierno de la República tomó dos iniciativas dignas de comentario.

La primera aprovechó la canalización del Río Manzanares, desarrollada entre 1914 y 1925, y la existencia de una isla natural en el medio de su cauce y justo en la curva del río situada frente a la Estación del Norte, para crear allí la que se denominó "Piscina de la Isla", verdadera joya de la arquitectura racionalista española. Su autor, el célebre arquitecto Gutiérrez Soto, se inspiró en el extraordinario Club

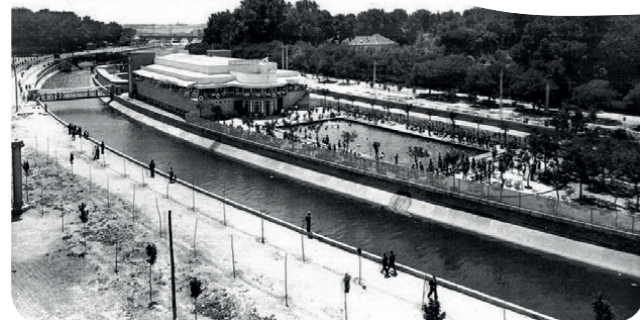


Náutico de San Sebastián situado en la Playa de la Concha, utilizando un lenguaje náutico que luego repetiría en la "Piscina Las Arenas" de Valencia. Ojos de buey, paredes curvadas, pérgolas con toldos textiles, tumbonas, bares en las terrazas, etc. En su popa y proa había dos vasos recreativos y bajo la cubierta de la zona de mando dispuso los vestuarios y un vaso cubierto con agua del propio río filtrada y clorada. Fue la primera iniciativa pública en la ciudad. Bombardeada en la Guerra Civil, se reconstruyó al poco tiempo, pero muy afectada por los graves desbordamientos del río en 1947, se cerró y acabó clausurándose en 1954. Después la construcción de una presa de regulación del cauce aguas abajo

En 1879 se inauguró la primera piscina propiamente dicha, que se anunciaba como un establecimiento de baños con dos "pilas de natación" al aire libre y otras menores en habitaciones para uso privado mediante alquiler. Era el balneario "El Niágara" que estaba situado en el número 12 del Paseo de San Vicente, hoy 14 de la Cuesta de San Vicente.



hizo que desaparecieran definitivamente los islotes del río de aquel equipamiento tan simbólico.



Piscina de la Isla

La segunda iniciativa fue la creación de la "Playa de Madrid", construida entre 1932 y 1934, aprovechando el tramo embalsado por una gran presa reguladora del flujo del Manzanares. En la rivera izquierda había quedado una extensa superficie plana que llegaba hasta la carretera de El Pardo en la que se instalaron diversos edificios de vestuarios, frontones, pistas al aire libre, oficinas, los equipos de filtración, y una trama de vías asfaltadas y arboladas a modo de urbanización. En el remanso creado por la presa se construyó la primera playa artificial del país. En nuestra guerra también se voló aquella presa, reconstruida posteriormente, pero la instalación apenas si se modernizó, manteniendo en aquellos años un aspecto muy obsoleto.

Hasta entonces los deportes acuáticos se entendían como propios de las clases adineradas y de las aristocracias, habiéndose creado algunos clubes de acceso restringido a

**La primera aprovechó la canalización del Río Manzanares, desarrollada entre 1914 y 1925, y la existencia de una isla natural en el medio de su cauce y justo en la curva del río situada frente a la Estación del Norte, para crear allí la que se denominó "Piscina de la Isla", verdadera joya de la arquitectura racionalista española.**

los que se añadieron media docena de iniciativas privadas de carácter comercial. Fueron: la "Piscina El Lago", al lado del puente de los franceses que desapareció en los setenta al crearse la Clínica Moncloa; la "Piscina Formentor" en el número 20 de la calle Mesena, con 3.000 m<sup>2</sup> de agua depurada y una torre de saltos con cuatro alturas; la "Piscina Mallorca"; las de la Colonia Banesto; y la "Piscina Stella" en Arturo Soria 231, que en sus diversas etapas tuvo bolera americana, gimnasio, frontones, restaurante, sala de fiesta, pista de baile con orquesta, y finalmente, bingo hasta su cierre en 2005. Esta parece que fue la más prestigiosa de la época contando hasta con tres niveles diferentes de prestaciones más o menos lujosas, y registrando la presencia habitual de artistas de cine, los máximos boxeadores del momento, conocidos jugadores del Real Madrid como Velázquez, Pirri o Benito, y numerosos militares americanos que trabajaban en la base de Torrejón.

## LA "MAYOR PISCINA DE EUROPA"

los frecuentes cierres del acceso de la Playa de Madrid por completarse su aforo fijado en 25.000 personas, presencié una costumbre hasta entonces no demasiado desarrollada, como era el acudir en familias a bañarse al río en el tramo entre la Playa y el Puente de San Fernando. En los fines de semana del mes de julio, a menudo prolongados por coincidir la fiesta de Santiago Apóstol y la del 18 de julio, en los que el calor se hacía insufrible, una enorme cantidad de madrileños acudía familiarmente a este enclave con mantas, toallas, pelotas, cestas con comidas y bebidas, tiendas de campaña, motos con sidecar, etc. hasta formar una abigarrada y desordenada amalgama de personas, colores y objetos de aspecto muy poco estético.

Cierto día del verano de 1956 pasó frente a este tramo el Caudillo que se dirigía en su vehículo oficial a El Pardo acompañado del Ministro de Trabajo, José Solís, al que se conocía como "La sonrisa del Régimen", por su gusto por el populismo. "¡Qué lamentable espectáculo!, habría que hacer algo para evitar esta situación tan deprimente y antihigiénica", parece que balbuceó Franco en voz baja y percibió su

acompañante. Este acudió al arquitecto Manuel Muñoz Monasterio, que había diseñado la Playa de Madrid, trasladándole el comentario y ordenándole que preparara urgentemente un anteproyecto de lo que se conocería oficialmente como el "Parque Sindical" y popularmente como "El Charco del Obrero" por sus bajos precios y enormes aglomeraciones de usuarios.



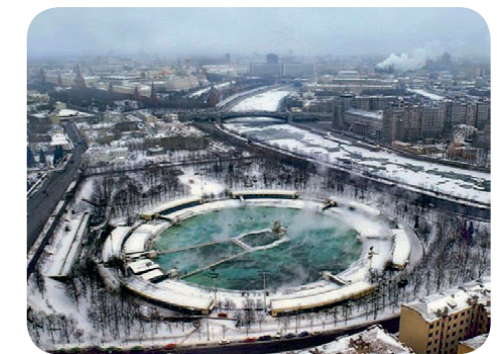
Piscina Parque Sindical

Contaba con una lámina de agua de 9.000 m<sup>2</sup> formada por la unión de tres zonas con usos específicos. Estas eran una para los niños de 5 x 26 x 0,40 m, otra para los no nadadores de 132 x 52 x 1,20 m y una tercera para nadadores de 50 x 16 x 1,5 a 4 m. Todo ello estaba unido en un único vaso por lo que su vigilancia era difícilísima, y la evacuación de los accidentados en situaciones de emergencia resultaba muy compleja por las grandes dimensiones del conjunto. Se sobrepasaba con relativa frecuencia los 25.000 usuarios, llegando la asistencia a casi 40.000 personas el 23-07-1948, cinco días después de que Franco la inaugurara en medio de un gran festival con exhibiciones de diversas modalidades acuáticas organizadas por el sindicato vertical.

Parece ser que unos días antes, cuando Solís leyó a sus colaboradores el borrador del discurso que había preparado para que leyera el Caudillo, en que hacía gran énfasis en hablar de "La piscina más grande de Europa", siguiendo la prosa épica de aquel momento, alguno de ellos le indicó que desde hacía algunos meses aquello no era cierto. Stalin había inaugurado en Moscú una piscina al aire libre con más de 30.000 m<sup>2</sup> de lámina de agua. El origen de esta iniciativa se debió a la decisión de dinamitar la "Catedral del Cristo Salvador", símbolo religioso ortodoxo, dentro de su campaña de eliminación sistemática de más de 2.200 edificios "que no representaban los valores revolucionarios". Inicialmente había pretendido construir en aquel terreno un "Palacio de los Soviets" de 415 m de altura, coronado en su parte superior por una estatua de Lenin de más de 80 m, que culminaba una construcción de forma piramidal que pesaba

**Parece ser que unos días antes, cuando Solís leyó a sus colaboradores el borrador del discurso que había preparado para que leyera el Caudillo, en que hacía gran énfasis en hablar de "La piscina más grande de Europa", siguiendo la prosa épica de aquel momento, alguno de ellos le indicó que desde hacía algunos meses aquello no era cierto.**

seis veces más que el "Empire State" de Nueva York. El desmesurado peso del conjunto, la imposibilidad de aguantarlo por la composición geotécnica del suelo, y los problemas económicos del régimen comunista le llevaron a sustituir la idea original por la construcción de una piscina pública de agua caliente que resultaba más ligera y viable de realizar.



Piscina en Moscú

Años después las emanaciones del vapor generado por el agua calentada oxidaron muchas de las edificaciones próximas, y en 1995, se decidió eliminarla sustituyéndola otra vez por la Catedral, reconstruida en el mismo emplazamiento, al producirse la reconciliación de la iglesia ortodoxa con el poder político. "Como vemos en cuestiones de faraonismo en ocasiones los sistemas políticos extremos a veces coincidieron en sus propuestas".

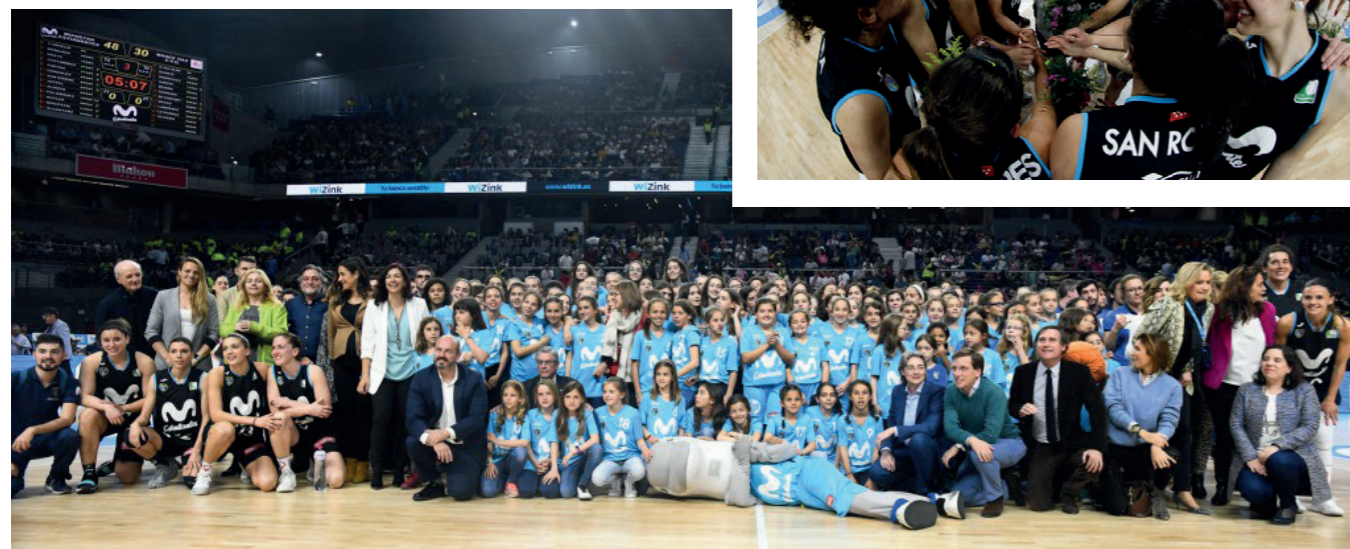




## Históricos récords de Movistar Estudiantes y Atlético de Madrid en el deporte femenino

Primero fue el Movistar Estudiantes, que consiguió reunir a **13.472** espectadores en el WiZink Center el pasado 10 de marzo, para batir el récord europeo de asistencia a un partido de baloncesto femenino. Siete días después fue el Atlético de Madrid Femenino, que se enfrentaba al FC Barcelona, el que reunió a **60.739** aficionados en el Wanda Metropolitano para lograr la mayor asistencia nunca vista en un partido femenino de clubes de fútbol.

Los madrileños, y en general todos los amantes del deporte nos sentimos muy orgullosos de las **“Women in Black” Colegiales** y de las **Colchoneras**. **¡Aúpa Atleti! ¡Aúpa Estu!**



## FEDERACIÓN MADRILEÑA DE JUDO Y DEPORTES ASOCIADOS



Pabellón Deportivo Municipal Villaviciosa de Odón



## NUEVA T5XGT, LA CINTA IDEAL PARA ENTRENAMIENTO GRUPAL DE MATRIX

La innovadora cinta grupal T5xGT cuenta con una consola específicamente diseñada para clases donde los cambios en velocidad de forma inmediata y los cambios en inclinación son necesarios.

Ideal para entrenamientos en grupo gracias a su doble teclado para ajustes de velocidad e inclinación con un simple toque. Cuenta con tres niveles de intensidad del ritmo de carrera predefinidos, permitiendo al usuario seleccionar entre las opciones o personalizar el nivel al suyo propio para conseguir un entrenamiento a medida con sus objetivos físicos particulares.

Descubre más en [www.matrixfitness.es](http://www.matrixfitness.es)

91 488 55 25



Personalización rápida y sencilla del entrenamiento.

Sistema de absorción de impactos que ofrece una experiencia mejorada con más de 40.000 km libre de mantenimiento.