

DEPORcam

LA REVISTA DEL CÍRCULO DE GESTORES



NÚMERO
48

EDITA INGSPORT



Entrevista a

Jaime Lissavetzky

Presidente de la Fundación España Activa

ARTÍCULO:
PACO GRANDE,
CONEXIÓN VINTAGE
AL RESCATE

REPORTAJE:
FEDERACIÓN NACIONAL DE EMPRESARIOS DE
INSTALACIONES DEPORTIVAS Y GIMNASIOS (FNEID)
UN SECTOR MÁS UNIDO QUE NUNCA A TRAVÉS DE FNEID

ARTÍCULO:
GABRIEL PÉREZ FRANCO Y MARTA
PÉREZ GARCÍA, LA ENTIDAD DEPORTIVA
COMO DINAMIZADORA SOCIAL

DISEÑO & CREACIÓN ESPACIOS FITNESS & WELLNESS



Vestuarios



Spa



Sala Fitness



Funcional



Fitboxing



Hiit



Cross Training



Clases Colectivas

info@thomas.es
www.thomas.es

THOMAS
WELLNESS GROUP

Sumario

Editorial	5	La entidad deportiva, dinamizadora social en su entorno	24	<i>Ponerse el chándal</i>	38
El rincón de GO fit LAB.	6	FBM: prudencia, paciencia y planificación	28	Covid-19, amenaza y oportunidad	40
		Movistar amplía su acuerdo de patrocinio con el Club Estudiantes hasta 2025	29	Remeros de Gregorio Prieto	42
Conexión Vintage al rescate	8			Libro: El deporte tras el coronavirus	44
La Palestra del Círculo de Gestores de Madrid	10	El sector de los gimnasios y centros deportivos, más unido que nunca a través de FNEID	30	Literatura y Deporte: David Gistau	45
Súper digitalización, lleva tu entidad a la siguiente fase	12	Se celebra la Move Week en España	33	Actividad física en la Nueva Normalidad	46
				Por un plan de relaciones públicas actualizado	48
La gestión de la crisis Covid-19	14	¿Por qué son así los estadios actuales?	34	Momentos de pausa, ¿momentos de la verdad?	50
El Grupo IGOID: Respuestas sobre pavimentos deportivos	16			Recomendaciones post Covid-19 en instalaciones deportivas	54
Entrevista a Jaime Lissavetzky	20				

directorio

Director de Deporcam Benito Pérez González
Redacción Javier Aguiar, Pablo Sánchez Buján
Consejero Delegado DEPORCAM Nacho Zambrana
Edita INGESPOR
 deporcam@deporcam.com
Círculo de Gestores
 info@circulodegestores.org
Comité Científico Alfonso Arroyo, Dra. Pilar Conde Colmenero, Fernando de Andrés, Dr. Francisco de la Torre, Carlos Delgado, Dr. Alberto Dorado, Dra. Leonor Gallardo, César Navarro, Ignacio Zambrana
Impresión, diseño y realización Copysell, S.L.
 Depósito Legal M-12557-2011

CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS
Presidente D^a. Milagros Díaz Díaz
Vicepresidente D. Benito Pérez González
Secretario D. Carlos Delgado Lacoba
Tesorero D. Manuel Gutiérrez Landaluze
Vocales
 D. Antonio Montalvo del Amo
 D. Lucas Eduardo Peñas Gómez
 D. Rafael Gutiérrez Guisado
 D. Luis Nieto Orihuela.
 D. José Antonio Sevilla Torrecilla.
 D. Fernando Andrés Pérez.
 D. Francisco José Cuevas Morales
 D. Ricardo de las Heras Baraja
 D^a Alicia Martín Pérez
 D. Manel Valcarce Torrente
 D. Pablo Sánchez Buján



PERFORMANCE RUNNING



SKILLRUN™

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

TECHNOGYM

The Wellness Company



Nacho Zambrana
INGESPORT.
Desarrollo de Negocio.



Distancia física sí, distancia social, NUNCA.

A día de hoy, después de más de tres meses de confinamiento y distanciamiento físico obligado, podemos afirmar que hemos aprendido a comunicarnos a través de la pantalla del ordenador o del móvil. Hemos seguido conectados en la distancia y con una comunicación fluida proporcionada por las técnicas audiovisuales al uso, pero todos sabemos que no es lo mismo. Añoramos y deseamos que vuelva el contacto físico y social, la interlocución directa y real, el “face to face”.

Hemos asistido a multitud de chats, webinars, conferencias call, y qué sé yo..., y siempre nos faltaba algo, nuestro interlocutor. Eso me ha hecho valorar más que nunca la importancia de la persona como talento, como miembro de un equipo, alguien que tiene capacidad para interactuar. Y es que este sector está sobrado de talento.

Creemos que se han puesto de moda las versiones digitales de todo tipo de actividades -culturales, recreativas, físicas, comerciales-. Todo se vende o se comunica a través de una pantalla. La verdad es que el esfuerzo que el sector del deporte y la actividad física ha realizado para hacer llegar propuestas proactivas para sus socios o abonados, ha sido increíble, y la respuesta de la ciudadanía acorde a éste.

Aún así, se espera impaciente la vuelta a los centros deportivos para vivir una experiencia plena con máxima seguridad, pero dotada de una socialización real y verdadera.

Este sector se ha revelado contra la consigna de “distanciamiento social”, prefiriendo la nomenclatura de “distanciamiento físico”. Sociabilizar es fundamental para transmitir y empatizar, para compartir y asimilar, para dar y recibir. Sociabilizar es la esencia de la comunicación.

Por fin, ese momento ha llegado y todos los técnicos que se han dejado la piel para comunicarse digitalmente, ahora están preparados y dispuestos para respetar un distanciamiento físico que preserve la seguridad e higiene, pero que consiga el mejor acercamiento social.

El día ha llegado, ya toca saltar a la cancha.

Preparados, listos, ya.

Dedicado a tod@s l@s técnic@s que además de atender las obligaciones académicas de sus hij@s, además de mantener la moral alta, incluso estando en la distancia, han sacado tiempo e ideas para atender con rigor científico a sus clientes y/o abonados.

EL RINCÓN



LOS CENTROS DEPORTIVOS COMO ENTORNO PREFERENTE PARA LA PRÁCTICA SEGURA Y EFICAZ DEL EJERCICIO FÍSICO EN LA LUCHA CONTRA EL COVID-19.

La importancia de una prescripción de ejercicio adaptado a las necesidades y capacidades de cada persona realizado bajo una adecuada supervisión profesional.

Los centros deportivos pueden ser considerados como el entorno preferente para la práctica segura y eficaz del ejercicio físico.

Es importante distinguir brevemente entre los conceptos de “**actividad física**”, definida como cualquier movimiento que produce un gasto energético mayor que el de reposo (por ejemplo, caminar o subir escaleras), y “**ejercicio físico**” definido como un tipo de actividad física que está planificada, estructurada y tiene un objetivo concreto.

Para mejorar de forma efectiva la salud de una persona, especialmente si es sedentaria, será muy importante combinar un nivel suficiente de actividad física diaria (al menos 7.500 pasos diarios)¹, con una práctica de ejercicio físico varias veces a la semana diseñado en base a las necesidades y capacidades de cada persona.

De esta forma, en los centros deportivos y mediante procedimientos estandarizados de evaluación y diagnóstico, tanto del estado de salud como de la capacidad física de cada persona, se diseña una prescripción de ejercicio adaptado a las necesidades y capacidades de cada persona. Y este proceso se realiza bajo una adecuada supervisión profesional en todo momento.

En el caso concreto de reforzar el funcionamiento del sistema inmunológico parece por tanto tener sentido promover un estilo de vida activo que integre tanto la práctica autónoma de actividad física (caminar al ir al trabajo o en el tiempo de ocio, renunciar a subir por el ascensor, etc.) y la práctica de ejercicio físico adaptado a las necesidades de cada persona en un entorno controlado y bajo la supervisión adecuada².

Garantías de seguridad de los centros deportivos como espacios públicos capacitados para realizar su función (frente a otros espacios públicos)

La industria de los centros deportivos ha definido desde sus orígenes a la **higiene de sus instalaciones como uno de los pilares fundamentales en su propuesta de valor**. De esta forma, los centros deportivos cuentan con personal y protocolos estandarizados para la limpieza y desinfección constante de todos sus espacios de actividad y complementarios. Además, todo su personal está especialmente formado (y es sensible) al valor y la importancia de mantener las instalaciones en perfecto estado de limpieza e higiene.

Por otra parte, los usuarios de los centros deportivos, personas comprometidas con un estilo de vida activo y saludable, son especialmente sensibles a este factor de higiene y demuestran unos **comportamientos de salud, corresponsabilidad** y cuidado de los recursos muy elevados.

Por todo ello entendemos que nos encontramos ante un tipo **de espacio de uso público único en su contexto**.

Si a estos espacios los dotamos con medidas adicionales de higiene y seguridad, especialmente diseñadas para hacer frente al riesgo de contagio del virus COVID19, podríamos encontrarnos en el entorno ideal para ayudar a la población a defenderse de los agentes patógenos con garantías.

Reconocimiento del ejercicio como cuarto pilar de actuación para detener los contagios y/o reducir el impacto de la enfermedad en población en grupos de riesgo.

Como resultado de estas acciones sería posible, y muy importante en este contexto, **reconocer al ejercicio físico como el cuarto pilar de actuación** para detener los contagios y/o reducir el impacto de la enfermedad en población en grupos de riesgo.



Prof. Alfonso Jiménez

PhD, CSCS, NSCA-CPT, FLF
Chief Research & Innovation Officer
Ingesport-GO fit LAB
Professor Exercise Science & Health
Advanced Wellbeing Research Centre (AWRC)
Sheffield Hallam University (UK)
<http://awrc.co.uk/>
Centro de Estudios del Deporte
Universidad Rey Juan Carlos
alfonso.jimenez@ingesport.es

Reforzar el sistema inmunológico, además del estado de salud en general, y muy especialmente el estado de ánimo y la salud mental, parecen ser elementos fundamentales para una estrategia de salud pública eficiente y sostenible ante este reto.

El potencial riesgo de una nueva escalada de contagios en el próximo otoño debería estimularnos a considerar nuevos elementos innovadores y con alto valor e impacto social, y el ejercicio físico (unido a una alimentación saludable) podría ser el verdadero “game changer” en este partido...

1 Catrine Tudor-Locke, Cora L. Craig, John P. Thyfault, and John C. Spence. A step-defined sedentary lifestyle index: <5000 steps/day. *Appl. Physiol. Nutr. Metab.* 38: 100-114 (2013) [dx.doi.org/10.1139/apnm-2012-0235](https://doi.org/10.1139/apnm-2012-0235)

2 Mann S, Jimenez A, Domone S, et al. Comparative effects of three 48-week community-based physical activity and exercise interventions on aerobic capacity, total cholesterol and mean arterial blood pressure. *BMJ Open Sport & Exercise Medicine* 2016;2:e000105. doi: 10.1136/bmjsem-2015-000105



GO fit LAB

HEALTH INNOVATION



Universidad Rey Juan Carlos



LÍDER MUNDIAL EN EQUIPAMIENTO FITNESS



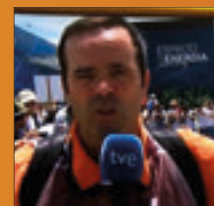
www.lifefitness.es
info.iberia@lifefitness.com



vintage

CONEXION

al rescate



Paco Grande

Director y presentador de Conexión Vintage

No imaginaba la repercusión que iba a tener el programa de Teledporte, Conexión Vintage. No imaginaba que se convertiría en un programa de culto (eso dicen nuestros seguidores) Ni mucho menos podía aspirar a estar siempre entre los programas más seguidos de la cadena y ni por lo más remoto, entraba en mi cabeza que el programa se convirtiera en una referencia. Si me dicen todo esto aquel día de Setiembre de 2012, cuando Ernest Riveras me encargó sacar adelante este programa, probablemente me hubiera entrado vértigo ante tanta responsabilidad y no habría tirado para adelante. Porque en realidad, el programa surgió en medio de uno de mis habituales cataclismos en Televisión Española. Nació en un momento, en el que no tenía nada que perder y tampoco buscaba nada que ganar. Después de una serie de decepciones entre 2009 y 2011, en las que saltó por los aires todo mi status en la tele, solo buscaba pasármelo bien y ojear momentos del deporte español que me llamaran la atención. Lo demás, me daba todo igual.

Yo era editor principal en deportes, pero una serie de errores (no forzados, más bien ocasionales) motivaron que los jefes decidieran mi destitución. Estar en lo más alto un día y al siguiente bajar a los infiernos, es un camino habitual en TVE. Un día eres dios, otro día no pintas nada. Por eso, más allá del dolor profesional, el desprestigio y las miradas socarronas, yo sabía que saldría adelante. No sabía con qué, la verdad, pero



algo se me ocurriría. Soy especialista en descabros, pero siempre tengo mucha suerte y acabo arreglando la situación. De momento, lo único que hacía eran unos pequeños resúmenes de imágenes históricas de la liga de fútbol, en Estudio Estadio. Pasar de ser director del programa a dedicarme solo a contar estas historias, no era un descrédito para mí. Me daba igual, me gustaba lo que hacía.

Un día me llamó Ernest Riveras y me dijo que, si era capaz de hacer un programa semanal de media hora en Teledporte, con las mismas historias que elaboraba para Estudio Estadio. ¡Claro que sí, es más fácil, hacer media hora de tele que 3 minutos! Ernest me dijo que pensara en un nombre. Le propuse "El Ojeador" y me dijo que lo pensarían en Barcelona.

Al día siguiente me llamó y me dijo que ellos habían pensado llamarlo, Conexión Vintage y que ¿qué me parecía? No me gustaba el nombre, pero no estaba yo en situación de rechazar una dirección de un programa por una cuestión de nombre. Así que Ernest Riveras fue el creador del programa y Carles González, entonces director de informativos de TVE en Barcelona, quien ideó el nombre. Y arrancamos un 19 de octubre de 2012 con un fabuloso resumen de cincuenta minutos, de la actuación de la Selección Española de Fútbol en





el Mundial de Brasil 1950. Un documento en formato de cine, con buena calidad de imagen y sonido. Era perfecto para comenzar.

La acogida del público fue excelente. Esas cosas, se notan rápido más allá de las audiencias oficiales. Y el programa fue creciendo, creciendo y se extendió de boca en boca, hasta quedarse con el apelativo de “el vintage de Paco Grande” y yo, después de 30 años en la tele, como el hombre vintage. Es como si un artista lleva toda su vida interpretando papeles, más o menos reconocidos, pero un día, lo borda en una película y ya queda identificado para siempre con ese film. Muchas veces me gustó ser “el hombre vintage” Otras, no tanto.

Pero no habíamos inventado nada. Siempre hubo alguien antes que nosotros que planteó las mismas inquietudes con idénticas y mejores soluciones. En 1988, recién entrado en TVE, José Ángel de la Casa me encargó un reportaje largo, como de media hora a Santillana, el día de su retirada. Joaquín Sánchez, otro periodista de TVE, una historia de la Copa del Rey en 1991. María Antonio Martínez, otra periodista histórica de TVE, un reportaje especial con Luis Aragonés y también, otro de la vuelta de los equipos ingleses a las competiciones europeas una vez cumplida su sanción, por la tragedia de Heysel en 1985.

En TVE ya se había hecho antes este tipo de programas retro. En 1994, José Ángel de la Casa encargó una sección llamada “El Álbum” a José Manuel Álvarez, otro brillante periodista deportivo de los primeros tiempos en Prado del Rey. Moisés Rodríguez en Barcelona en 1994, también hizo un programa llamado Memoria Deportiva, cuando se iniciaron las emisiones del Canal Teledporte. Yo mismo, en 2007 por encargo de Juanjo Díaz me encargué de una sección de recuerdos dentro del programa Club de fútbol. José Javier Santos en Tele 5, cuando su cadena no tenía nada interesante que ofrecer de deportes, compraba partidos del Real Madrid, llamaba a dos o tres futbolistas y lo comentaban en antena. Así que, de inventores nada. Suerte y trabajo.

Espacios como Conexión Vintage surgen de la necesidad. Yo necesitaba un escape en aquel mi tiempo de crisis en 2011. Y me dediqué a esto y han

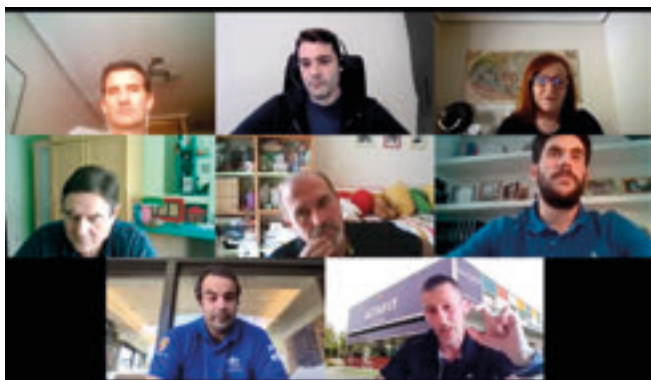
sido ocho años maravillosos de trabajo a plena satisfacción. Ahora TVE y Teledporte, cuando la COVID19 ha parado todas las actividades, han echado mano de su archivo y han salvado la programación y han conseguido un nuevo reconocimiento para Teledporte con una programación que al final ha vuelto a sentar precedente y es seguida por el resto de cadenas

Volverán los tiempos buenos y los tiempos del deporte en directo. Y el Conexión Vintage volverá a su lugar. Cómo yo digo, “un programa de culto, sí, pero algo oculto” Supongo que nos darán más medios, mejor horario y una mejor puesta en escena, para que volvamos a disfrutar con nuestros héroes del pasado reciente, pero ¡ojo! Sin caer en manos de la nostalgia. Siempre queremos una conexión con la realidad, para que nuestro archivo adquiera más valor. Por ejemplo, recientemente, pudimos encontrar a “La Chica de Sarría” Esa joven de 20 años que, filmada por las cámaras del NODO, saltaba alborozada, una y otra vez, en Sarría en la liga del Valencia en 1971. Y mientras aparecía, la llamamos Noelia, como la canción de Nino Bravo. Pero no era Noelia, sino Mari Tere Berenguer y su sonrisa y su reaparición desde el túnel del tiempo, llenó de alegría una vez más nuestra redacción porque la Conexión Vintage se hizo realidad y un testigo de aquella tarde en Valencia, venía a recordarnos que no, que ese cine viejo en blanco y negro no era una quimera y que lo que el NODO nos relataba, existió de verdad y que las ilusiones que allí se vivieron, como en tantas y tantas tardes de gloria, existieron y existirán . Por tanto, siempre habrá una Mari Tere Berenguer que buscar o para quien trabajar o alguien desconocido a quien ilusionar. Alguien que al ver desde casa nuestro trabajo se emocionará y se lo contará a los suyos y así seguirá vivo en el recuerdo de todos. Esa es nuestra gran recompensa y la mejor de las satisfacciones que un periodista puede tener en estos tiempos del corta y pega periodístico y la pandemia que todo lo paró. Todo no, perdón. El Vintage salió del agujero al rescate de la programación y de todo un canal. ¿Quién nos lo iba a decir a Ernest Riveras, Carles González y a mí, en 2012? ¡Qué vértigo!





EL CIRCULO DE GESTORES SE PREPARA PARA LA VUELTA A LA NUEVA NORMALIDAD



El círculo de gestores continúa su actividad en la mayor medida posible, teniendo en cuenta la situación a la que nos hemos enfrentado estos últimos meses. La situación de emergencia sanitaria provocada por la COVID-19 no nos ha permitido fijar la fecha para poder realizar los eventos que se tenían pensado llevar a cabo como la visita al centro David Lloyd de Aravaca (empresa multinacional británica de deportes, salud y ocio que dirige centros de Fitness y Salud en toda Europa) o al Wizink Center, espacio multiusos más versátil de España. Una vez las autoridades competentes permitan realizar este tipo de actividades, el Círculo de Gestores reanudará el contacto con los respectivos responsables de los distintos espacios para que los socios puedan disfrutar de estas visitas.

Por otro lado, el Círculo se ha mantenido activo a través de las redes sociales y su página web, compartiendo contenido de gran relevancia respecto a la situación del Coronavirus. El 19 de mayo la Junta del Círculo de Gestores participó en

su primera reunión virtual en la que se discutieron distintos aspectos sobre la gestión del círculo, teniendo presente uno de sus objetivos esenciales como es el de la promoción y difusión de contenido relacionado con la gestión deportiva y la relación con sus asociados.

Se comentaron diversas iniciativas respecto a la situación actual y se procedió a la organización de una mesa redonda para el día 16 de junio donde se analizará la situación actual de la COVID-19 en nuestro sector.

Igualmente, se ha puesto a disposición de los socios un apartado en la página web "Covid-19", en el que se podrán descargar documentos oficiales y recursos diversos de especial relevancia en distintos ámbitos (sanidad, transporte, piscinas, etc.) y relacionados con la gestión deportiva.

No nos olvidamos de la importancia de permanecer activos y sanos de la mejor manera posible. Existen infinidad de herramientas que podemos utilizar para continuar con un estilo de vida físicamente activo y siempre en contacto con profesionales de la actividad física, así como con nuestros centros deportivos y gimnasios, los cuales siguen ofreciendo diversas opciones e indicaciones para continuar realizando actividad física desde nuestras casas.

El Círculo de Gestores está deseando que todo vuelva a la normalidad para poder recuperarnos de esta situación lo antes posible. Mucho ánimo a todas y todos y adoptemos una visión optimista poder recuperar lo antes posible la normalidad.

El Círculo de Gestores Deportivos de la Comunidad de Madrid pone a disposición el acceso y consulta de toda documentación tanto de administraciones públicas como de organismos privados y asociaciones relacionadas con el ámbito de la gestión deportiva, en relación a la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 que sufrimos actualmente.

grupoingespórt

Universidad
Europea

MOYPE SPORTS
European Sport Consulting

Círculo de Gestores Deportivos de Madrid

AOSSA^{sports}

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



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



Súper Digitalización, lleva tu entidad a la siguiente fase

Una vez conocido y experimentado el plan hacia la vuelta a la nueva normalidad en sus diferentes fases, podemos atisbar un futuro que cambia el panorama hasta ahora conocido. Mirando hacia atrás, la crisis sanitaria ha impulsado una transformación digital acelerada que marcará las relaciones humanas, sociales y económicas, produciendo una súper digitalización en las empresas y organizaciones.

En este contexto de economía de subsistencia, son varias las palancas que permitirán el proceso de súper digitalización. Por un lado, el afloramiento de los hábitos de consumo en casa, que se expanden a diferentes sectores y ya observamos un asentamiento de los mismos, por otro lado, la legislación y regulación de los organismos gubernamentales en aspectos relacionados con la seguridad, higiene y privacidad de datos, y finalmente las propias estrategias financieras y de inversión que buscan la eficiencia en el corto plazo.

La súper digitalización, por tanto, se convierte es una solución para re-adaptarse y re-inventarse ante la situación, transformando nuestro comercio hacia un entorno digital, que permita una relación directa y continua con el consumidor, gestionándolo tanto online como offline, ofreciendo una experiencia diferenciadora y automatizando sus procesos de consumo siendo eficientes en su desarrollo.

Este proceso afectará a tres áreas de nuestra organización deportiva que deberemos abordar:

1. CLIENTE:

El panorama actual ha cambiado los hábitos del consumidor, potenciando su aprecio por el hogar, la seguridad y la compra selectiva. Deberemos realizar un marketing hacia ese nuevo escenario con productos digitales, que mantengan el contacto cercano. Será conveniente generar más contenidos propios de interés, también en redes sociales por alcance y desarrollar programas de fidelización también digitales.

2. MODELO DE NEGOCIO:

Nuestro negocio se abre a la omnicanalidad, donde el espacio físico ya no es el único medio. Será necesaria la visibilidad en tiempo real desde cualquier ubicación, y que esa visión del usuario sea única a través de todos los canales disponibles. Esto nos permitirá una gestión ágil del lanzamiento de nuevos productos o servicios, soportando los actuales escenarios de venta y consumo online. Además, la fidelización del usuario también debe contemplar programas omnicanales.

3. SERVICIO:

Nuestro negocio debe re-inventarse complementando sus servicios de forma online, ya sea virtuales o en línea, permitiendo al usuario su compra y adopción de forma fácil y ágil.

Será conveniente estudiar la mejor opción para monetizar la propuesta realizada. Deberemos definir si incluimos ciertos servicios en la cuota o planteamos un pago aparte por el consumo de algunos o todo el

programa. Existen diferentes opciones, cualquiera puede ser apropiada, pero las que mejor pueden encajar para nuestro sector serían la opción de freemium / premium, la membresía o la venta directa.

Todo el equipo deberá ser consciente y colaborar en su desarrollo, así como el análisis y la medición de su impacto será determinante para la toma de decisiones y los posibles cambios a realizar.

Es un excelente momento para realizar nuevas sinergias y alianzas con empresas de otros sectores que nos ayuden a implementar la súper digitalización, así como ofrecer otros productos y servicios, favoreciendo los modelos híbridos o complementarios.

Para llevar a cabo la súper digitalización de nuestro centro deberemos utilizar sus diferentes elementos que enunciamos a continuación. Estos elementos los podremos implementar de forma progresiva en función de nuestros recursos y necesidades.

- **Elementos básicos:** corresponden al inicio de la digitalización del negocio y la incorporación al entorno omnicanal, mediante la página web, las redes sociales y el mail como elemento de contacto e interacción con el usuario.
- **Elementos intermedios:** un paso más con la incorporación de herramientas software tanto de ERP como CRM que mejoren los procesos de gestión y de relación con el cliente. Utilizaremos también la aplicación móvil propia para mejorar la experiencia y las opciones comerciales y de prestación de los servicios.

- **Elementos avanzados:** cuando tengamos nuestro entorno digital asentado podremos incorporar herramientas para la generación, control y análisis de datos que nos ayude a tomar decisiones, así como la monitorización y seguimiento de los usuarios con el uso de wearables, por ejemplo, dando un paso más en nuestra diferenciación de la competencia y gestión de la experiencia del cliente.

- **Elementos futuros:** constará del uso de chatbots automatizados, la realidad virtual, la realidad aumentada y el blockchain. Un terreno todavía por explorar en nuestro sector pero que nos permitirá incorporar nuevas opciones y fórmulas de gestionar nuestro negocio y generar servicios y experiencias únicas.

Finalmente, deberemos tener en cuenta las diferentes fases por las que estamos pasando esta crisis, y trazar un plan de trabajo hacia la transformación de la organización orientada al cliente y su nueva realidad. Este plan deberá contemplar también un proceso de comunicación 360º de todo aquello que realizamos y que pensamos realizar y que posicione el negocio de forma integral, en todas sus áreas, para que tenga efectos sobre nuestro mercado.

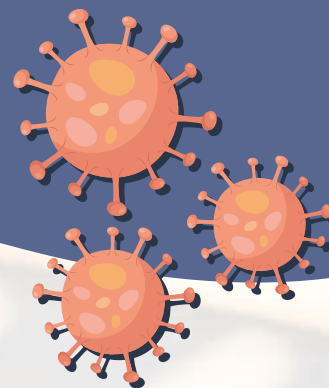
Este plan de adaptación contemplará las fases de re-compromiso, durante el confinamiento, re-lanzamiento, durante la desescalada progresiva, y re-inversión, durante la nueva normalidad, que mostramos en el gráfico siguiente.

	Re-compromiso	Re-lanzamiento	Re-inversión
	Reconexión y Compromiso	Activación consumo progresivo	Nueva Normalidad
Indicadores	I. Madurez confinamiento (+4 semanas en Europa). II. Descenso paulatino de casos diarios. III. Pico de la curva de contagios superada.	I. Levantamiento controlado del confinamiento. II. Pocos nuevos casos diarios locales. III. Última fase de descenso de la curva.	I. Apertura total de comercios y establecimientos físicos. II. Celebración de eventos sociales de gran envergadura. III. Curva de contagios aplanada.
Consumidor	En cuarentena y a la espera • Menos expuesto a la actualidad • Digitalización de su rutina • Intención de consumo esencial	Vuelta a la rutina controlada • Confianza incierta • Con ganas de consumir, pero inquieto • Nuevos hábitos digitales	Sociedad hiper conectada, diferente • Mayor consumo medios digitales • Consumo selectivo • Afectado por la crisis
Empresas	Integración de sus áreas Revisión de sus presupuestos Preparación reapertura Revisión planes innovación	Evaluación y análisis del impacto Recuperación de ventas Revisión transformación digital Foco en promoción y difusión	Foco experiencia y reinversión digital • Modelos relación virtual y ecommerce • Nuevos modelos frente a la súper digitalización • Aceleración tecnológica
Marca	Branding, engagement y preparación • Campañas fidelización y apoyo • Revisión mensajes comerciales • Mensaje empatía y solidaridad	Liderazgo de consumo y Mkt de concienciación • Foco en comercialización • Impulso recuperación del cliente • Mensaje optimista, vuelta a la rutina	Refuerzo con el propósito de marca • Marcas más concentradas en las personas • Mensaje transparencia, confianza, emocional.
Canales	Foco en canales digitales • Uso campañas en sectores esenciales • Previsión presupuestos a futuro	Reinversión agresiva • Reactivación de medios • Se analiza el presupuesto • Mantenimiento canales digitales activados con la crisis	Foco multicanal y digital • Prioridad medios propios (SEO, redes, apps, ecommerce). • Mayor presupuesto a lo digital • Innovación y creación nuevos canales digitales • Foco en la experiencia digital



Pablo Sánchez Buján

MBA y Máster en Marketing y Dirección Comercial
Licenciado en Educación Física
Jefe del Departamento de Calidad y Coordinación
Actualmente jubilado



LA GESTIÓN DE LAS CRISIS DEL COVID-19 EN LOS CENTROS DEPORTIVOS

No hay duda que estamos enfrentándonos a una terrible crisis, primero sanitaria la cual se va superando con mucho dolor, porque han sido muchas las personas que la han sufrido y muchos los que se han quedado en el camino. Pero ahora nos llega la “crisis económica” la cual va a dejar tanto o más dolor en la mayor parte del mundo, y en España tenemos muchas “papeletas” para estar preocupados porque vamos a quedar en una situación ruinososa, sobre todo en algunos sectores, como será en el de los centros deportivos.

No me voy a referir a la gestión con la que nuestros políticos nos han enfrentado a esta crisis, y con gran resignación voy a callar mis opiniones al respecto, intentando caminar por un lado positivo que ayude y no desespere.

Siempre se ha dicho que una crisis, en términos empresariales, será una oportunidad para unos y la “muerte para otros, y yo creo que eso es real. De esta crisis la mayoría de las empresas de nuestro sector van a salir muy “tocadas”, primero por la rapidez e intensidad con la que llegó, que apenas dio tiempo a reaccionar a los empresarios. Aunque tengo que decir que algunos lo han hecho, dada la situación bastante bien, y han sido capaces de generar iniciativas para mitigar en cierta medida la situación actual, manteniendo el contacto con sus clientes a través de las actuales tecnologías digitales.

Las medidas sanitarias adoptadas por los Gobiernos en general y del nuestro Gobierno en particular frente a la pandemia de COVID-19 han supuesto el confinamiento de la población española y la suspensión de la mayoría de la actividad económica del país, provocando un incremento en la utilización de los recursos digitales en aquellos sectores productivos que por la naturaleza de su actividad han podido en mayor o menor medida dar una continuidad a su trabajo a través del uso de estas herramientas. En el campo de la actividad físico-deportivo, las empresas han tenido que enfrentar el reto y siguen enfrentándolo de idear alternativas para sostener la continuidad de su trabajo en una actividad cuya naturaleza se centra fundamentalmente en dos parámetros: el trabajo con el cuerpo en sus diferentes facetas (entrenamiento, mantenimiento físico, terapéutico, etc.) y la vertiente social que la actividad física y el deporte, en sus diferentes modalidades, conlleva. Estos dos ejes que encuadran nuestro sector han sido abatidos por el peligro que conlleva la situación del COVID-19. Por lo que, desde mi punto de vista las alternativas para enfrentar esta situación para las empresas del sector se centrarían en los siguientes aspectos:

- 1.- Reacción inmediata. El factor tiempo en la situación de pandemia ha sido fundamental, porque facilita paliar el hiato entre la situación de normalidad y cotidianidad de un día para otro, donde nos hemos visto abocados a una situación, si se me permite la expresión “de anormalidad y extrañeza” que el confinamiento ha producido en todos nosotros.
- 2.- Elaboración de planes de información y asesoramiento de interés para los usuarios acordes con la situación de emergencia vivida, a través de los diferentes canales de difusión que las empresas poseen, me refiero concretamente a la página web de los centros deportivos, en el momento actual debe de estar en continua actualización, habilitando, además, un canal de comunicación entre la empresa y los clientes, lo que promueve la continuidad de la empresa con el usuario.
- 3.- Impartición de las clases en aquellas modalidades susceptibles de ser acometidas a través de los recursos tecnológicos digitales y de difusión que el mercado actual nos ofrece. **Las clases, desde mi punto de vista y a ser posible, deberían ser realizadas por los mismos profesores que los alumnos tienen en el gimnasio o centro deportivo.** El Centro puede elaborar una serie de paquetes de actividad física teniendo en cuenta diferentes niveles de ejecución. De esta manera, el usuario se encuentra en su casa con una cara conocida y familiar y le motiva a “desembarazarse de la pereza” de por sí solo acometer esa tarea de autodisciplina. La continuidad se hace presente dentro de la discontinuidad.
- 4.- Es un momento, aunque pueda sonar extraño, donde se pueden implementar nuevas actividades que ayuden a mantener y sobrellevar mejor el confinamiento con los problemas consiguientes que supone la falta de movilidad en el estado general de las personas.
- 5.- La marca del gimnasio, club, etc. se promociona indirectamente y puede ser posteriormente, cuando esta situación concluya, fuente de nuevos clientes, habiendo conseguido mantener y fidelizar a los antiguos.
- 6.- La continuidad del trabajo, no solo beneficia a los usuarios sino también a la plantilla de empleados que prestan sus servicios, haciéndoles partícipes de la empresa.

¿Y AHORA QUE?

Imagino que cuando este artículo se publique, ya estaremos en mejores condiciones, e incluso muchos centros deportivos ya estarán a punto de funcionar, por lo que es el momento de pararse a pensar y plantearse que de momento las cosas no van a ser igual.

En primer lugar, el funcionamiento de nuestros centros deportivos tendrá que adaptarse a las normas sanitarias que dicte el Gobierno o los ayuntamientos, pero lo más importante para mantener la actividad empresarial tendrá que venir de la **dirección del centro, con un buen plan de acción: PENSAR, PLANIFICAR, ACTUAR...**

La Planificación HAY QUE REESCRIBIRLA y es necesaria en todas las áreas del centro deportivo; en las actividades y servicios, administrativas, instalaciones, etc. Todas deben formar parte de un todo del "NUEVO Plan General Estratégico", con motivo de la nueva situación creada por la crisis del CORONAVIRUS.

Hay que pensar y debatir un **plan estratégico** teniendo en cuenta todos los elementos de la nueva situación y escribirlo con todo detalle, lo cual reportará importantes beneficios a la empresa:

- Proporciona un análisis crítico del Centro Deportivo ante la nueva situación creada por la crisis del coronavirus, fortalezas y oportunidades, debilidades y amenazas, las necesidades de sus clientes y el nuevo ambiente de competencia en el que actualmente se va a desenvolver.
- Define los objetivos en términos de nuevas formas y volúmenes de prestación de servicios, N.º de clientes, imagen corporativa, etc.
- Establece políticas concretas y adaptadas a la nueva situación del negocio, actividades o servicios, etc., en cada área de gestión, para alcanzar los objetivos propuestos.
- Aporta un seguimiento sistemático que sirva para corregir las desviaciones y evaluar los resultados esperados.
- Aporta las herramientas necesarias para la confección de un cuadro de mando, asignando responsabilidades muy concretas a cada persona de la organización, desde la dirección, administración, atención al cliente, cuadro técnico. Y en este momento una atención muy especial con el control de la seguridad e higiene para todos (alumnos y personal de la empresa)

Por tanto, el Plan Estratégico capacitará a la empresa, centro deportivo, gimnasio, piscina, etc., para anticiparse a los cambios constantes del entorno. Las estrategias se llevan a un plan y se construye con un programa de acciones.

Hay que tener presente que no sucede nada realmente como consecuencia de este plan, hasta que no se tomen las decisiones y se acometen las acciones contenidas en dicho plan.

Las acciones son para hacerse y el control permanente, es el único medio para asegurar su cumplimiento. Hay que añadir la realimentación de la información y estar preparados

ante algún obstáculo que puede presentarse ya que los competidores no permanecen inactivos.

Nuevos sucesos pueden acontecer en el entorno y es preciso reaccionar y poner en marcha los planes de contingencias, planes que han debido reflejar los posibles cambios provocados por la situación actual.

Las acciones deben ser ejecutadas por alguien; por tanto, deben estar fijados unos responsables de su ejecución y, para hacer el control de las mismas, es preciso marcar unas medidas de fácil comprobación o, dicho de otra forma, los objetivos tienen que ser medibles, no solo apreciables cualitativamente.

Se puede decir que la planificación estratégica, es en este momento más necesaria que nunca y persigue varios objetivos:

- Identificación de necesidades a satisfacer.
- Identificación de oportunidades y amenazas del entorno.
- Evaluación de puntos fuertes y débiles de la organización.
- Diseño de líneas de actuación que proporcionen a la empresa una posición competitiva.
- Ejecución de las acciones programadas.
- Seguimiento y control y realimentación.

ALGUNAS MEDIDAS O CONSEJOS PRÁCTICOS.

No me voy a inventar nada que ya no esté pensado y repensado por infinidad de profesionales, muchas de las cuales me han llegado por diferentes medios.

1. Extremar las medidas de seguridad e higiene en las sesiones de Actividad, en el uso de material deportivo o aconsejando el uso de materiales personales de fácil traslado.
2. Concienciar a los clientes a no hacer uso de duchas y vestuarios ya que las zonas húmedas pueden ser foco de contagio a evitar siempre que sea posible. Recomendar venir con la ropa de deporte de casa. En cualquier caso, permitir el uso sólo para ponerse el bañador en el caso de poder usar la piscina.
3. Reinventar las formas de practicar los ejercicios o actividades para evitar todo tipo de riesgo. Dar la posibilidad a los alumnos de seguir las actividades online en directo en un horario determinado o con las grabaciones de sesiones si las quieren realizar en otros horarios, **pero siempre teniendo a los alumnos vinculados a la empresa, gimnasio o centro deportivo.**
4. Aprovechar los espacios abiertos que se tengan cerca de las instalaciones deportivas y añadir actividades extras al aire libre, especialmente ahora, aprovechando el buen tiempo que se nos avecina, que además permitan una práctica de ejercicio físico con las condiciones de seguridad exigidas por las autoridades competentes.

Podría seguir enumerando más ideas, pero creo que están en el ánimo de todos y estoy seguro que sería repetirme. **Solo quiero terminar diciendo que en un momento como este es absolutamente imprescindible "REINVENTARSE O MORIR"**



Leonor Gallardo

Leonor Gallardo
Conferenciante y escritora
CEO del Grupo IGOID
Doctora en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte
Catedrática de la UCLM



¿QUÉ DEBE TENER EN CUENTA UN GESTOR DEPORTIVO PARA EL PAVIMENTO DEPORTIVO DE SU INSTALACIÓN?

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

EL GRUPO IGOID TE DA LAS RESPUESTAS.

Debido a la suspensión de toda actividad deportiva decretada por el Estado de Alarma, las instalaciones deportivas y sus pavimentos se han encontrado durante cerca de dos meses en una situación de abandono, y necesitan ahora un protocolo de evaluación, mantenimiento y puesta a punto para volver a su uso habitual. Este tipo de instalaciones, que pueden estar gestionadas indistintamente desde el ámbito público o desde el ámbito privado, contribuyen a promover el deporte de una manera segura y satisfactoria, y por lo tanto debe garantizarse permanentemente que estas superficies reúnen las condiciones adecuadas de confort y seguridad para todos los usuarios. Por ello, desde el Grupo IGOID damos respuesta a continuación a una serie de preguntas sobre la actualidad, problemática e innovación de las superficies deportivas tras este periodo de inactividad.

¿Qué acciones se deben tomar respecto al análisis de las superficies deportivas cuando acabe este periodo de inactividad?

Se debe realizar un análisis exhaustivo que permita conocer el estado de las propiedades mecánicas de la superficie deportiva. Esto le permitirá al gerente diseñar un plan de actuación con un mantenimiento específico y especializado para la superficie, que prolongará su vida útil y permitirá cuantificar los años de vida que le quedan por delante. Esto conlleva una rentabilidad económica que va a jugar un papel muy importante de aquí en adelante y una rentabilidad social, ya que los usuarios van a reclamar pavimentos de mayor calidad y duraderos en el tiempo.

¿En qué estado de encontrará nuestra superficie deportiva?

Después de más de dos meses de inactividad, muchas superficies deportivas se van a encontrar en un estado de semi abandono. Las superficies deportivas de interior ubicadas en instalaciones que no hayan estado climatizadas o con falta de ventilación podrán haber sufrido posibles humedades y ondulaciones del parqué. Las superficies de exterior, mucho más afectadas por la meteorología, la falta de uso y las inclemencias del tiempo, podrán tener malas hierbas, suciedad acumulada y posibles fallos en los sistemas de drenaje. En algunos campos de césped artificial, por ejemplo, puede haberse dado un desplazamiento del relleno hacia las canaletas que afectará a la integridad de la superficie y pondrá en riesgo los sistemas de drenaje.

¿Qué medidas a corto, medio y largo plazo debemos tomar en los pavimentos deportivos para su correcto funcionamiento en la vuelta a la actividad deportiva?

Presumiblemente, el personal técnico encargado

del análisis y el mantenimiento de las instalaciones volverá al trabajo antes de que la instalación recupere su ritmo habitual de uso. Esto permitirá realizar una evaluación de daños y una planificación antes de recuperar la asistencia masiva de deportistas y público a las instalaciones. A corto plazo, lo prioritario es una limpieza del pavimento, junto con una evaluación del estado de la superficie y una comprobación de las condiciones de uso. Una vez comprobado, se realizará una reparación y reacondicionamiento de la superficie deportiva. A medio y largo plazo es imprescindible revisar los protocolos del mantenimiento de instalaciones, optimizar los recursos y poner en marcha modelos de gestión más eficientes que garanticen la funcionalidad y la eficiencia de la superficie. Ya que habrá que alargar la vida útil lo máximo posible. Esto implica un mantenimiento rutinario, una evaluación de la superficie deportiva bien visual o más compleja, un mantenimiento específico y estrategias que permitan identificar cuando una superficie llega al final de su vida útil. También se tomarán medidas higiénico-sanitarias desde el primer momento para garantizar la salud de los usuarios y trabajadores.

¿Cómo deben actuar los gestores de las instalaciones deportivas?

Los gestores de este tipo de instalaciones deben invertir en tres pilares fundamentales:

- Investigación.
- Sellos de calidad tanto para la superficie como su mantenimiento.
- Transparencia en los pliegos. Siendo lo ideal que entre un 30-40 % de los puntos sean para criterios técnicos, con el objetivo de promover una evolución de mercado hacia un mejor diseño de instalaciones deportivas.

¿Qué normativa vigente existe para verificar la calidad de los pavimentos deportivos?

Hoy en día existen diferentes 2 tipos de normativa. La que emite el Comité Europeo de Normalización (normas EN, que se traducen en UNE-EN en España) y normas de las federaciones internacionales. Estas normativas garantizan un estado óptimo y la seguridad del pavimento e instalación deportiva. Pero dependiendo de su uso, hay normas comunitarias para un uso amateur como son las normas UNE y para un uso profesional debemos ceñirnos a normas federativas. Dependiendo de la misión de la instalación dependeremos de unas u otras normas. El objetivo de la certificación nos va a permitir conocer el estado de la superficie, o en caso de no cumplirla, reorientar las



tareas de mantenimiento que nos permita cumplir los requisitos de la norma. Un ejemplo son los campos de césped artificial, donde tenemos la norma UNE-EN 15330 a nivel amateur y las normas FIFA o World Rugby para el uso de campos de fútbol o rugby, respectivamente, a nivel profesional.

¿Quién realiza este tipo de certificaciones normativas?

Laboratorios independientes a las federaciones o entidades deportivas. 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. Este programa 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.

¿Cuáles serán las líneas de investigación futura en superficies deportivas?

- Robótica: un mantenimiento robotizado.
- Encontrar sistemas para que las superficies deportivas entren en el mundo de la información comunicada y digitalización ya que se realiza poco tratamiento de datos de las labores de evaluación y mantenimiento.
- Nueva generación de textiles que disminuya el riesgo de abrasión.
- Uso de nanomateriales, con el objetivo de mejorar las acreditaciones de las propiedades mecánicas para la obtención de las certificaciones de las normas.

En ningún sitio como en GO fit

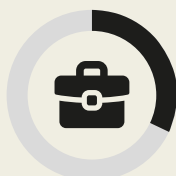
Cumplimos todas las medidas establecidas por el Ministerio de Sanidad y sumamos, dentro de nuestro compromiso de autoexigencia, actuaciones relevantes de protección elevando la seguridad en 7,4/8.

Índice de seguridad ante el COVID-19



1,5 / 8

Transporte público



3,5 / 8

Oficinas



4,08 / 8

Centros Comerciales



4,25 / 8

Supermercados



4,6 / 8

Hogares



6,4 / 8

Hospitales



7,4 / 8

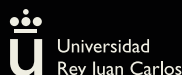
Estimación de medidas de higiene habituales en distintos espacios de uso público y particular

Ambiente 99,99% libre de virus, bacterias y contaminación

Más información en medidascontraelcovid.go-fit.es

GO fit
VIVE MÁS Y MEJOR

Medidas de seguridad desarrolladas por científicos del GO fit LAB y supervisadas y validadas por un grupo de expertos en Virología, Epidemiología y Salud Pública*



Protocolos GO fit anti COVID-19 en proceso de Certificación de Buenas Prácticas anti COVID-19 por AENOR

*Modelo de Prevención contra el COVID-19 y metodología aplicada basada en un nivel de evidencia de grado 4 (opinión de expertos)



ación

pañ...ctiv

más...ctivas, má

Entrevista a

Jaime Lissavetzky

Presidente de la Fundación España Activa

Jaime Lissavetzky fue el protagonista de la primera portada de Deporcam. Era el año 2011, y entonces ocupaba el cargo de Secretario de Estado para el Deporte, donde se mantuvo durante 7 años. Nuestro añorado director, Manuel Zambrana, comenzaba entonces la semblanza de nuestro protagonista con su estilo y su prosa inconfundible:

“A veces no parece un político. O, mejor dicho, recuerda a un político de los de antes. De los de reconocer los errores propios y alabar los aciertos ajenos. Amable y dialogante, con la experiencia para escoger la palabra exacta. Así es y así le ven a Jaime Lissavetzky (Madrid, 1951) ...”

Lissavetzky vuelve a nuestras páginas como presidente de la Fundación España Activa y siendo como es uno de los mayores conocedores del deporte de nuestro país, al que ha dedicado y sigue dedicando su tiempo y su conocimiento, que es mucho. Era el año 1985 cuando Joaquín Leguina le nombró Consejero de Educación, Cultura y Deportes de la Comunidad de Madrid, y desde entonces apenas ha dejado de tener importantes responsabilidades políticas y de gestión.

Deporcam: Doctor en Ciencias Químicas y científico titular del CSIC con solo 27 años. ¿Cómo decidió dar el salto a la política y compaginar su labor como científico y su labor como gestor público?

La verdad es que pude acabar mi tesis en 1977 y aprovechar que habían salido un buen número de plazas en el CSIC, para opositar y conseguir mi plaza de científico titular en 1978. Por entonces, yo ya me había afiliado al PSOE en 1974, pero no con la idea de entrar en la gestión política, sino con el afán de contribuir a cambiar las cosas y conseguir la libertad. Entonces no éramos muchos militantes y al principio estuve como secretario general de la Agrupación de Moncloa.

Con el paso de los años, sin buscarlo, me vi en las listas electorales para la Asamblea de Madrid del año 1983. En esos momentos no me preocupé mucho porque mi labor como diputado era compatible con mi trabajo como científico. De hecho, dirigí varias tesis doctorales y pude seguir con mis investigaciones hasta que llegó la siguiente sorpresa...En 1985, Joaquín Leguina, presidente de la Comunidad, me pidió que fuera consejero de Educación, Cultura y Deporte. Yo no quería abandonar el CSIC, pero es cierto que la gestión pública ejerce una atracción difícil de resistir. El hecho de comprobar que la gestión te permite conseguir cosas, hace que te vaya atrapando y que sea irresistible seguir trabajando por y para los demás.

Al principio pensé que mi paso por la Consejería sería de un par de años, pero al final fueron 10 años. En 1995, volví al CSIC, pero la política siguió ocupando una parte importante de mi vida. En 1994 fui elegido secretario general de la Federación Socialista de Madrid, donde estuve hasta el año 2000. Fui senador y diputado en el Congreso, y en el año 2004 fui elegido Secretario de Estado para el Deporte, donde estuve 7 años.

Ahora he podido volver al CSIC. De todos modos, a pesar de mis años de gestión pública, siempre he mantenido un vínculo con el Instituto de Química Médica.

Deporcam: Siempre ha reconocido ser un buen practicante de deporte. Incluso llegó a definirse como un “9 rompedor”... ¿Cómo se cuida hoy en día Jaime Lissavetzky?

Con el paso de los años he ido adecuando la práctica deportiva a mis capacidades. Es verdad que siempre me ha gustado mucho el fútbol y lo he practicado con asiduidad cuando era más joven. También me ha gustado mucho nadar, y lo he hecho tanto en el mar, cuando podía, como en la piscina, especialmente en mi época del CSD. Ahora lo que intento es tener un comportamiento activo y cumplir las indicaciones de la OMS. Por ejemplo, intento cumplir la regla de los 10.000 pasos diarios.

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

La verdad es que disfruto viendo la inmensa mayoría de los deportes. Soy de amplio espectro. De tener que elegir alguno podría decir: el fútbol, el baloncesto, el atletismo, el tenis o el ciclismo. He tenido la fortuna de poder ver mucho deporte en directo y ahora sigo disfrutando desde el sillón de casa. Estoy deseando que vuelvan las competiciones deportivas [la entrevista se hace cuando aún no ha comenzado ninguna competición en nuestro país].

Deporcam: Lo ha sido todo en la gestión deportiva en nuestro país, ¿Cuáles son los momentos inolvidables de cada una de las etapas vividas?

Es muy difícil concretar, porque han sido muchos años, pero lo intentaré.



De mi etapa en la Comunidad de Madrid me quedo con la creación de la Universidad Carlos III o el Teatro de la Abadía, en el plano cultural. En el plano deportivo, en 1994, pudimos inaugurar el Estadio de la Peineta, que ya nació con la vocación de ser sede olímpica. Recuerdo que a la propia inauguración vino Samaranch, presidente del COI. En la parte legislativa recuerdo que, con la ayuda de Alfonso Arroyo, que era mi director general, hicimos en 1992 la Ley del Deporte de la Comunidad de Madrid, que sigue vigente en estos momentos.

De los años en el CSD lo mejor es haber podido vivir la edad de oro del deporte español. He visto como España ganaba la Copa del Mundo de Fútbol en Sudáfrica, en 2010. También he podido vivir la victoria de España en el Mundial de Baloncesto de Japón en 2006, o el Mundial de Balonmano en 2005. A eso se suman las victorias en tenis en Roland Garros, Wimbledon, Open USA, Open de Australia, los Tour de Francia, los Giro o los Juegos Olímpicos de Atenas y Pekín. Muchísimas vivencias. También empezó entonces a destacar el deporte femenino en el que tuvimos iniciativas que ahora están viendo sus frutos.

A nivel legislativo creo que fue muy importante la adaptación de la ley del deporte a nivel nacional con la redacción de la Ley Antidopaje y la Ley contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia en el deporte. En definitiva, son muchos recuerdos, y puedo decir que mis años como secretario de Estado para el Deporte son los mejores de mi vida.

Deporcam: ¿Qué retos tiene ahora en la Fundación España Activa?

La Fundación España Activa tuvo un primer nombre de Fundación de Vida Activa y Saludable y tomó la nueva denominación para adaptarse a las denominaciones de Fundaciones con objetivos semejantes en otros países de nuestro entorno. De hecho, existe Europe Active o UK Active, y era interesante que en España hubiese una denominación equiparable. Fui elegido como presidente de la Fundación a propuesta y con el apoyo de Gabriel Sáez, primer presidente de la misma, a quien agradezco su confianza.

Los retos siguen siendo los mismos de siempre: **la promoción del deporte con aplicaciones en la salud, la educación, la transmisión de valores o la cohesión social. Para todo ello hemos creado un Observatorio de investigación junto con el CSIC y la Universidad Rey Juan Carlos, que tiene como misión principal que el Deporte sea una cuestión de interés general, una cuestión de Estado.**

Con el Covid-19 ha quedado una cosa patente, y es que la actividad física es algo muy necesario y tenemos que seguir luchando por ello.

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

Yo siempre he trabajado en el ámbito público y una cosa que me gusta de esta etapa en la Fundación es ver cómo funciona la colaboración de lo público con lo privado. El sector del fitness es el principal financiador de la Fundación, y está demostrando que con fondos privados se pueden hacer tareas nobles como lo es la promoción de la vida activa y saludable de los ciudadanos.

Deporcam: Usted siempre ha reconocido que los tiempos de la política y del deporte corren a diferente velocidad. ¿Qué les pediría a los responsables políticos del deporte desde su puesto en la Fundación?

Pediría que no se considere el deporte como una "María". Tenemos que ser conscientes de la importancia que tiene. El deporte tiene que ser considerado algo muy importante. Hemos avanzado mucho, pero aún hay que hacerlo más. En esta época de crisis por la pandemia del Covid-19, el deporte tiene que formar parte de la recuperación de nuestro país. Y se tiene que luchar desde el sector público y desde el sector privado para que logremos todo esto. Ojalá lo tenga en cuenta la Comisión de reconstrucción del país en el Congreso.

Por poner un ejemplo de la actividad de la Fundación España Activa, conseguimos que hubiese una declaración institucional por unanimidad de la

Asamblea de Madrid para considerar el deporte como algo de interés general.

Deporcam: *El coronavirus ha provocado importantes cambios en la vida de todos. El deporte y la actividad física son actividades de contacto ¿Cómo cree que será el futuro del deporte? ¿Afectará a la práctica deportiva?*

El deporte se adaptará a la nueva situación. Los practicantes están viendo la importancia de la actividad física y el sector trabajará mucho el factor de la seguridad y de la higiene. Las empresas están reaccionando muy bien y han implementado con esmero, los protocolos para que todos podamos practicar deporte con tranquilidad y seguridad.

Además, hay que tener una cosa en cuenta. Esperemos que no haya un rebrote, pero si lo hubiese, el deporte y la actividad física son uno de los elementos que mejoran la capacidad de defensa del sistema inmunitario y del sistema muscular. De ahí su importancia, más si cabe en los momentos que nos está tocando vivir.

Deporcam: *Sabiendo que la actividad física proporciona grandes beneficios para la salud, y que mejora el sistema inmunológico del practicante ¿Cree que es el momento para volver a un IVA reducido o superreducido para la práctica del deporte y del ejercicio físico?*

El ejercicio físico tiene una relación directa con la salud. Hay numerosas evidencias como las que aparecieron en la prestigiosa revista The Lancet, y otras muchas publicaciones o comunicaciones como las que se han hecho desde nuestro propio Observatorio.

Si hay una relación entre la actividad física y la salud, y la salud tiene un IVA reducido, sería lógico que el sector tuviese un IVA reducido. Ahora es una buena oportunidad para hacerlo. Yo creo que estamos en un momento muy bueno y necesario para ello.



MONDO
SPORT & FLOORING.

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

WWW.MONDOWORLDWIDE.COM

WE INNOVATE. YOU WIN



LA ENTIDAD DEPORTIVA, dinamizadora social en su entorno

Profesionalización y liderazgo: Subir o bajar

Marta Pérez García

Graduada en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte



Gabriel Pérez Franco

Director de Operaciones



Desde hace años la profesionalización de los gestores deportivos ha sido un hecho real y necesario para elevar la gestión deportiva al más alto nivel empresarial. Se ha conseguido con esta gestión en las instalaciones deportivas privadas o públicas, un desarrollo de participación activa en el ejercicio físico de forma asesorada y reglada.

El desarrollo cualitativo y sobre todo cuantitativo de las empresas y entidades deportivas, ha conseguido ser un sector con incidencia, social y económica. Su creación y puesta en marcha ha sido exponencial, por encima quizás en algunas zonas de la capacidad de oferta y demanda.

Y ahí es donde el liderazgo corporativo, entendido como equilibrio entre las prioridades, la asignación de recursos y su entorno, han dibujado un mercado de entidades con continuidad o con el cierre de las mismas.

Por ello, este escrito tan solo pretende ayudar a pensar, y por lo tanto no pretende en ningún momento ofrecer cada uno de los apartados, que se exponen de forma cerrada, sino ofrecer una puerta a la reflexión.

ASPECTOS QUE HAN FAVORECIDO LA CALIDAD DEPORTIVA. NO ES SUFICIENTE HAY QUE IR DEL IN AL OUT.

¿Pero qué aspectos han favorecido el incremento de calidad en la oferta deportiva?

Se podrían enumerar decenas, aquí tenemos unos cuantos que han sido esenciales y aglutinadores en la opinión de los expertos en la gestión deportiva:

- La formación y profesionalización de los gestores.
- La formación académica de los instructores de la actividad física.
- La adaptación a las nuevas demandas.
- Las campañas de marketing dirigidas a la captación.
- Las acciones internas para la fidelización (todavía poco desarrolladas en general, la rotación de abonados es muy alta comparada con otras actividades)
- La regularización del propio mercado, a la indiscriminada apertura en la primera década de este siglo de todo tipo de instalaciones de "prêt à porter" deportivas.

Esta forma de actuar conocida como gestión clásica no es suficiente, ya que coloca un muro, en muchas ocasiones entre la entidad deportiva y la realidad de su entorno. Ya hay sectores empresariales, que han adoptado esta forma de proceder y han ido más allá, pensando que la gestión hay que ofrecérsela a la ciudadanía en su entorno más próximo geográficamente y socialmente impregnándose de ella.

Han constatado que su público actual y potencial debe sentir de forma explícita que la entidad deportiva vive socialmente, de forma dinamizadora, acogiendo criterios sostenibles dentro de un marco donde la adaptación a los cambios culturales, a los cambios en formas de recibir inputs de captación y fidelización, a los cambios en las formas de percibir, pensar y proceder, van más allá de una gestión de calidad en el servicio y nada más.

Trabajemos desde el IN para llegar al OUT y convivamos con el OUT para mejorar el IN, lideremos en el interior y exterior de nuestra entidad.

EL ENTORNO Y LA OFERTA DEPORTIVA, DEL OUT AL IN.

Las entidades deportivas al igual que muchas empresas de otros sectores han de ser un sistema abierto al entorno, del OUT al IN.

La Real Academia de la Lengua define entorno de la siguiente forma:

“Conjunto de condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, etc, de un lugar, una colectividad o una época. Un ambiente familiar muy agradable.”

Recuerdo en mis inicios en la facultad, en la asignatura de Economía de empresa, unas palabras del catedrático, que si la memoria no me falla dijo más o menos: “El primer metal precioso en la empresa es la libreta de contactos, de teléfonos, de relaciones con los clientes, entidades y proveedores”. En definitiva, todos los elementos de nuestro entorno.

Todavía hay infinidad de bibliografía que cuando se habla de entorno, los conceptos valorados son, los aspectos financieros, los de producción del servicio deportivo, de los proveedores del material de nuevas tendencias, de la comercialización del servicio, del equipo humano, de la calidad del servicio y tantos otros.

Por suerte, empieza a ser valorado por directivos deportivos e interlocutores sociales que el entorno incluye además de los factores intrínsecos a la propia actividad como antes se ha comentado también fuerzas gravitacionales como las tendencias sociales, el sistema de relaciones, los elementos y actividades sostenibles y también la dinamización social. Del Out al In.

Desde los departamentos de marketing en su proceso de conceptualizar cuantitativamente el mercado ya aplican piedras angulares como que su plan:

- Debe ser dinámico, no estático.
- Debe centrarse en crear mercado y no repartírselo.
- Debe ser un proceso de construcción y no de promoción.
- Debe ser cualitativo y no cuantitativo.
- Debe ser participativo en las dos direcciones.

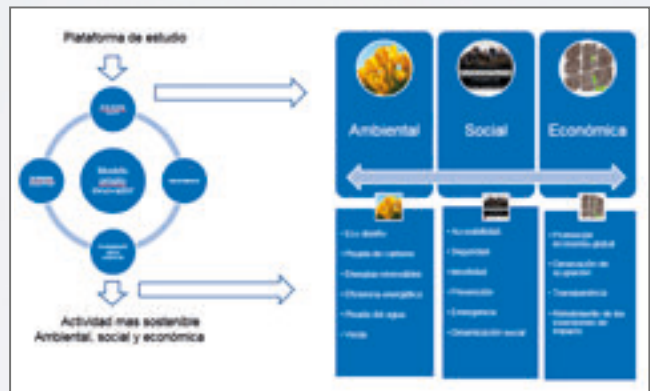
Pero en cada uno de los aspectos antes mencionados, ignoran el entorno en su versión OUT, como un proceso de captación y fidelización. El posible cliente no es una persona aislada, vive en un mundo real en el que aparecen continuamente conceptos i acciones como sostenibilidad, solidaridad, agrupaciones para el desarrollo e integración y entidades por un futuro menos vulnerable. Es decir, reducir la incertidumbre de vida de tu entorno.

El nuevo gestor deportivo del futuro debe ser sensible a la realidad de su entorno y actuar asumiendo la famosa responsabilidad social corporativa, pero sin olvidarnos de la individual.

LAS FUERZAS DEL ENTORNO

Pero ¿cuáles son esas fuerzas, esas realidades del entorno?

Una entidad deportiva que desee continuar como estandarte de su zona vital tiene que liderar la relación interna y externa, la de su entorno.



Tenemos grandes fuerzas asociadas al desarrollo de actividades deportivas que influyen en mayor o menor medida en su entorno según su capacidad de llamada, su repercusión mediática e infinidad de aspectos según la zona donde se desarrolle.

Las fuerzas las podríamos agrupar en tres grandes bloques ambiental social y económica. Cada uno de ellos ha de ser individualmente y en su conjunto sostenibles.

FUERZAS AMBIENTALES

Dada la importancia del sector deportivo y su vinculación en la formación de valores en nuestro país, los temas relacionados con consumo de agua, energía, generación de residuos, han de ser trabajados con estricta exigencia.

Su eficiencia en el consumo y ahorro es, a día de hoy, vital para la entidad deportiva y para las personas que viven la misma y para los componentes del entorno y futuros potenciales abonados.

Otro factor que ya hace años que ha sido implantado en los países de máximo desarrollo industrial es la compensación de los impactos realizados por la propia dinámica empresarial. Estos factores han visto la luz mediante la huella de carbono, la huella hídrica y en acciones innovadoras, en ayuda de entidades sin recursos para adaptarse a ese ahorro.

FUERZAS SOCIALES

Deberíamos de entender por elementos de las fuerzas sociales los temas vinculados con la actividad diaria o puntual o no tales como:

- Accesibilidad para todos en nuestra instalación y actos periféricos.
- Seguridad entendida en su aspecto más amplio. Policial y laboral.
- Movilidad, informar y ayudar a conseguir unos desplazamientos más sostenibles.
- Emergencia, quizás el factor más esencial y que en muchísimas ocasiones, nada más es tenido en cuenta en papel. Plan de autoprotección y poco más. Tan solo una pregunta. ¿Cuántas entidades han ido más allá y han desarrollado las fichas del plan en fichas específicas en los puntos estratégicos de la instalación?
- Prevención, en salud laboral y las acciones a tomar en actos en espacios abiertos y cerrados.
- Dinamización social. Definida como, un a herramienta que facilita la participación activa y que permite la

proximidad y presencia entre la población de tu entorno, participando en la unión del tejido social, económico, cultural con el fin de favorecer todas las posibilidades que la zona de incidencia ofrece.

FUERZAS ECONÓMICAS

Quizás por la propia idiosincrasia del deporte y su propia falta de reivindicación para considerarlo como un aspecto tan vital como cualquier otro en la formación de la vida en todas sus etapas, o a saber por cuántas razones más, no se le ha considerado un valor de desarrollo económico.

Tan solo y desde hace unos años, se ha valorado la aportación del deporte en los PBI. El fútbol y algún deporte más que generan movimientos de millones de euros, en fichas, clubs, publicidad, apuestas...pero hay muchos otros factores que avalan el deporte como generador de riqueza.

Una riqueza directa en puestos de trabajo, riqueza global en la organización de infinidad de clases diarias y eventos puntuales. También una riqueza en inversión de salud. De forma directa con aseguradoras y otro tipo de entidades, pero también en una inversión que se amortiza por la cantidad de veces que no consumimos, urgencias, Ucis, ambulatorios y otros servicios sanitarios, gracias a la formación deportiva y su efecto de contención de enfermedades, en definitiva, una vida sana, más saludable. Protectora de salud y del gasto social sanitario.

ÁREAS DE ACTUACIÓN

Es posible que ya conozcáis los campos de actuación, pero habrá que darle una vuelta a su conceptualización, para conseguir que los agentes externos nos puedan aportar oberturas de sincronización grupal e individual a través de un win-win, sin paliativos.

Tan solo es acordarnos de “aquella libreta de direcciones” y ponerse a tener ideas útiles, contactar con la realidad exterior deportiva, social, ambiental.

Traspasemos la esfera deportiva y seamos dinamizadores sociales.

¿Pero qué objetivo perseguimos?

El objetivo de estas directrices es dar acceso a la puerta de entrada al cerebro social donde se desarrollan y se aprueban las dinámicas futuras de aceptación de corrientes absorbentes de empatía.

Con ellas hemos de saber lo que la gente piensa sobre la zona de incidencia, lo que valora como plus de la excelencia deportiva fuera de la instalación, sus prejuicios, que le hagan y digan lo que piensa y desea.

Tenemos que aportar unas directrices de actuación de buena práctica sostenible i dinamizadora en la actividad nuclear y actos periféricos.

TIPOLOGÍA, ACTIVIDAD NUCLEAR, ACTIVIDAD PERIFÉRICA

Definamos lo que se puede entender como actividad nuclear y actividad periférica:

Actividad nuclear: consideraremos actividad

nuclear la propia de la entidad, que va intrínseca en el objetivo fundacional.

Tales como, las clases dirigidas, asesoramiento personal, etc.

Actividad periférica: todas las acciones complementarias que no son la piedra angular de la entidad en su concepción del servicio nuclear.

Tales como, organización de actividades como cursas sociales, ayudas a clubs integradores de la zona, relación con entidades sociales, ayudas a colectivos en riesgo de exclusión social y todo ello bajo unos campos de actuación sostenibles, ambiental, social y económico.

CAMPOS DE ACTUACIÓN

Los posibles campos de actuación los podemos englobar en 4 apartados:

AMBIENTAL

Conseguir unas instalaciones deportivas más sostenibles i unas actividades ambientalmente más correctas. Dar prioridad a la difusión, aplicación i control de las medidas ambientales.

Actividades más sostenibles ambientalmente respecto a; prevención de residuos, higiene pública, reutilización y reciclaje de residuos, consumo de energía, vegetación y el resto de acciones compatibles con la sostenibilidad ambiental.

¿Qué acciones podemos realizar?

- Respecto a la prevención de residuos; reducir la generación de residuos y recoger selectivamente aquellos que se generen. Uso de elementos reutilizables.
- Respecto a la higiene pública; colocación de lavabos adicionales en actos multitudinarios, recomendaciones de salud pública.
- Respecto al consumo de energía; no consumir energía complementaria, adecuar los espacios donde se realiza la actividad para ser respetuosos con el entorno.
- Respecto a la vegetación; estudiar y poner barreras en todos los espacios verdes en actividades extraordinarias.
- Respecto a la contaminación lumínica y acústica; controles de la propia contaminación en espacios vecindad y aplicar medidas alternativas.

MOVILIDAD

Hacer de las sedes donde se hacen las actividades más sostenibles, dando prioridad a las respuestas posibles sobre información previa i señalización para favorecer la movilidad y la accesibilidad.

La falta de información al participante de nuestras actividades de cómo llegar en transporte colectivo, donde estacionar el vehículo privado, las restricciones i prohibiciones de tránsito en las calles cercanas, provoca en ocasiones congestiones de tráfico, y cuando menos una búsqueda de espacios de aparcamiento, reduciendo la velocidad y provocando una mayor contaminación.



¿Qué acciones podemos realizar?

- Informar y señalar los medios de transporte sostenibles para llegar a la instalación o actividad.
- Informar y señalar los lugares de aparcamiento
- Favorecer acciones para el uso del transporte compartido.
- Dedicar espacios para la llegada de bicicletas

DINAMIZACIÓN SOCIAL

Obtener una red de relaciones con todos los agentes del entorno, clubs, AAVV, entes oficiales, que nos puedan aportar visibilidad de acciones integradoras en los dos sentidos, creando un clima de win to win. Nosotros seremos los impulsores y responsables de transformar, unos medios abiertos y socialmente sostenibles en aspiraciones de la población, bajo el control de un programa organizado y sistemático de intervención.

Algunas reflexiones

Es obvio que un centro deportivo no puede subsistir sin conectar con su entorno ni puede dar la espalda a los colectivos vivos cercanos a nuestra sede.

Es necesario un **nivel consultivo** para conocer la opinión del entorno, y así valorar e incorporar propuestas individuales y de colectivos cualificados. Establecer mecanismos de emisor/receptor i viceversa, mejora la comunicación con el usuario potencial. El objetivo es conseguir una predisposición positiva de ida y vuelta.

Pero pedir opinión no es suficiente, no es una estrategia de participación, ya que se pueden modificar acciones de forma unilateral. Hay que crear líneas de **relación participativas**, teniendo claro quiénes somos, valorar en qué dirección queremos enfocar la relación, que recursos disponemos en común, para no saturar el trabajo diario y cómo ha de ser la participación.

Con estas premisas podemos plantear una relación con el entorno, liderando una dinamización social para favorecer una opinión positiva que nos ayude en la captación y fidelización extra, por nuestra calidad de servicio y por la calidad de nuestra responsabilidad social corporativa.

¿Qué acciones podemos realizar?

- Acciones deportivas solidarias; cursas con donaciones a causas solidarias.
- Integración de personas en riesgo de exclusión; Cursos orientativos de orientación laboral.
- Colaboración con entidades deportivas; activación de acciones de promoción de niños, para que

puedan incidir en los clubs de la zona.

- Colaboración con entidades sociales; asociaciones de vecinos.
- Participación en fiestas de la zona.
- Ceder espacios ante situaciones límite.

Mientras estoy escribiendo estas líneas, ha salido una noticia que tiene relación con lo anteriormente expuesto y que diferencia una entidad implicada con su entorno o no.

” El Real Madrid ha cedido sus instalaciones como zona de intendencia para el Covid19 “.

Y yo no soy sospechoso de sentirme atraído y lanzar unas gracias porque sí ya que, me siento culé, he jugado y trabajado en el Barça, felicidades al Madrid y a otros Clubs por estas decisiones.

SEGURIDAD INTEGRAL

La necesidad de tener unas instalaciones más seguras y unas actividades integrables en materia de seguridad más correctas deben de dar un resultado de reducción de la incertidumbre en las actividades diarias y excepcionales, aplicando medidas preventivas.

Pero, ¿qué áreas confluyen en la seguridad integral?

- Seguridad propia policial e interacción con los cuerpos de seguridad.
- Emergencias/evacuaciones.
- Implantación/gestión PRL.
- Seguridad en planes de choque (identificación de riesgos y plan de contingencia).

Con la seguridad integral se pretende establecer una serie de interacciones y coordinaciones con todas las actividades y partes implicadas en la seguridad. Tales como:

- Generar un proceso de mejora continua en la gestión de la seguridad.
- Conseguir minimizar los riesgos.
- Definir un mapa de riesgos potenciales.
- Tratar las vulnerabilidades y la gestión de riesgos potenciales.
- Definir una metodología única de gestión de emergencias.
- Minimizar el coste de las operaciones.

En definitiva, se busca trabajar y conseguir que todos los aspectos de la seguridad, bajo unas pautas y criterios racionales.

No hay que tener miedo en amplificar lo que hacemos bien

Que la realidad supera la ficción, es un comentario que cada vez nos es más familiar. Estoy seguro que muchos de los líderes que dirigen las entidades deportivas se habrán encontrado con situaciones de gran alegría con otras totalmente anómalas, de discriminación, de pobreza, en definitiva, de una realidad difícil en su entorno.

El líder real actúa, pero también define y amplifica a su entidad en acciones out de la sede in. No tengamos miedo en explicarlo, favoreceremos a que otros colectivos lo realicen y Sí, también nos hemos de beneficiar de ello. Win to win.



La Federación de Baloncesto de Madrid trabaja con vistas a una temporada marcada por la incertidumbre

¿Cuándo se producirá el regreso a las canchas? ¿En qué condiciones? Todo el deporte de base y, en el caso del baloncesto, cerca de 80.000 deportistas están pendientes de estas preguntas.

El 10 de marzo, ante el avance del COVID-19, la Federación de Baloncesto de Madrid suspendió de forma inmediata todas sus competiciones y actividades. El 16 de abril, previa consulta a los clubs y assembleístas, decretó el cierre definitivo de la temporada 2019/20, declarándola desierta. Por primera vez no habrá campeones. Desde entonces, la FBM trabaja con vistas a la próxima campaña. Lo hace con prudencia, siguiendo todos los consejos y recomendaciones de las autoridades sanitarias; con paciencia, sin acelerar plazos, y con planificación, poniendo sobre la mesa distintos escenarios para un posible regreso. “No podemos jugarlos la salud o la vida de un solo deportista”, afirma el secretario general de la FBM, Francisco Olmedilla.

El deporte profesional ya ha emprendido el regreso, pero la magnitud del deporte de base complica las cosas. “Entre las competiciones puramente federadas

y los programas que tenemos con la Comunidad de Madrid y con distintos ayuntamientos aglutinamos cerca de 80.000 deportistas -apunta Olmedilla-. Si ya es compleja la vuelta a una vida normal, aún más en el deporte de base, donde los medios no son los mismos que en el profesional. Nosotros no podemos hacer test cada semana. Es inviable”. Las consecuencias económicas de la pandemia en los clubs o las familias son otro obstáculo añadido: “Intentaremos buscar soluciones para reducir ese impacto, sobre todo si los organismos de los que dependemos pueden colaborar”.

Pese a la incertidumbre, la FBM trabaja con distintos escenarios y calendarios. El más optimista con la vuelta prevista para el mes de octubre, pero también hay otras opciones, como noviembre o enero de 2021. Mientras llega el momento, la federación trabaja en la formación de los entrenadores, con clinics y cursos online. Y hay señales para el optimismo en el baloncesto madrileño, como el reciente acuerdo de patrocinio con LUANVI por las cuatro próximas temporadas y el próximo de renovación con IBERCAJA, además del apoyo renovado de los demás patrocinadores y colaboradores. Una apuesta más que necesaria por el deporte de base.



MOVISTAR AMPLÍA SU ACUERDO DE PATROCINIO CON EL CLUB ESTUDIANTES HASTA 2025



Movistar y el Club Estudiantes de Baloncesto han anunciado la renovación de la operadora como patrocinador principal hasta 2025 por lo que se amplía en cuatro años más una relación que ya dura seis temporadas, en un patrocinio que incluye tanto a los equipos profesionales masculino y femenino como a la cantera inclusiva en ambas categorías de jugadores y jugadoras con y sin discapacidad.

El Estudiantes cuenta **la cantera inclusiva más grande de Europa**, con más de 2.000 niños y niñas en ambas categorías, desde los cuatro años y con 240 jugadores y jugadoras con discapacidad.

Esta institución deportiva, que está cerca de cumplir los 75 años, ha sido pionera en combinar aulas y baloncesto, en fomentar la igualdad de género en el deporte y en utilizar el deporte como una plataforma de integración de las personas con discapacidad.

Emilio Gayo, presidente de **Telefónica España**, ha explicado que “los valores compartidos entre la compañía y el club, como el esfuerzo, el talento o la innovación son fundamentales de cara a ampliar el acuerdo de patrocinio con un histórico del baloncesto español, de forma que Telefónica continúa cumpliendo su compromiso con el mundo del deporte”.

Tanto Movistar Estudiantes como Telefónica se han destacado por el apoyo al equipo femenino que lleva 30 años jugando al baloncesto y que acaba de ascender a Liga Femenina 1 para la próxima temporada después de ganar 21 partidos de los 22 disputados.

Gayo ha recalcado que “cuando el deporte femenino era prácticamente anecdótico, en 1989, el Club Estudiantes ya decidió organizar equipos de chicas” y ha recordado que Movistar Estudiantes batió la asistencia de público femenino a un partido de baloncesto en España, concretamente con 13.472 espectadores la temporada pasada.

Además, el presidente de Telefónica España ha querido felicitar al equipo femenino de Movistar Estudiantes por su ascenso. De esta manera, las máximas categorías del baloncesto español (femenina y masculina) contarán con la participación del equipo colegial.

Fernando Galindo, presidente de Movistar Estudiantes y Fundación Estudiantes ha resaltado que “Telefónica es el gran impulsor del deporte español, del deporte base y sus valores. Prueba de ello, es la renovación del acuerdo por 4 años más, con Club Estudiantes de baloncesto, lo que sumarían 10 años de apoyo. Esta renovación, supone un compromiso con el Club Estudiantes de Baloncesto, contribuyendo a su crecimiento, su futuro y la digitalización de la entidad”. Además, señaló que “en esta situación de emergencia sanitaria del Covid-19, Telefónica ha demostrado, una vez más, que con su tecnología ha mejorado la vida de todas las personas dando soporte y apoyo a toda la sociedad española”.



El sector de los gimnasios y centros deportivos, más unido que nunca a través de FNEID

La Federación Nacional de Empresarios de Instalaciones Deportivas y Gimnasios (FNEID) es la asociación empresarial de ámbito nacional que representa a las empresas y empresarios del sector de instalaciones deportivas y gimnasios. FNEID lleva más de 20 años representando y defendiendo los intereses del sector, promoviendo la actividad física y el deporte como herramienta de salud para las personas.

Uno de los objetivos de las empresas asociadas a FNEID es luchar contra el sedentarismo y la obesidad infantil a través del ejercicio físico, mejorando la calidad de vida de los ciudadanos y ciudadanas.

Actualmente hay en España 4.743 centros deportivos y gimnasios que prestan servicios deportivos a más de 5,5 millones de personas y generan más de 214.000 puestos de trabajo (especialmente jóvenes y empleo femenino) con una facturación de 2.352 millones de euros.

Nuestro Sector representa a millones de personas que se cuidan a través del ejercicio físico. Llevamos años sensibilizando a las instituciones y a la opinión pública sobre los beneficios que aporta la actividad física a la sociedad, contribuyendo a la reducción de millones de euros en costes sanitarios a la sanidad pública gracias a los efectos positivos del ejercicio físico en la preven-

ción de numerosas enfermedades crónicas y a la mejora del sistema inmune de las personas

Somos un sector comprometido con la sociedad y con el cuidado de su salud, lo hemos demostrado cada día durante las dos últimas décadas y muy especialmente durante esta pandemia en la que, con todos nuestros centros deportivos y gimnasios cerrados, los ingresos a cero y una situación muy complicada, hemos ofrecido servicios on-line de clases virtuales de manera absolutamente gratuita y desinteresada, únicamente pensando en la sociedad.

En resumen, somos un sector comprometido con la sociedad, generador de empleo, dinamizador de la economía y lo que nos hace sentir más orgullosos, promotor del bienestar y la salud de la población. Desde el principio de esta crisis sanitaria estamos trabajando por la supervivencia de nuestro sector, un sector imprescindible para mejorar la salud de millones de personas. #somos parte de la solución.

El papel de FNEID en la defensa del sector ante la crisis del COVID-19

La actividad de instalaciones deportivas y gimnasios se suspendió el pasado día 14 de marzo en virtud del R.D.

La FNEID es la patronal del sector de empresarios de Instalaciones Deportivas de España. Esta Federación representa y defiende los intereses de dichos Empresarios desde 1997, promoviendo el mejor desarrollo del sector deportivo ante los Organismos Nacionales y Europeos, trabajando en la influencia y posicionamiento como patronal empresarial en todos los ámbitos.

Se trata de un sector que genera un gran número de puestos de trabajo, especialmente en grupos tradicionalmente menos favorecidos como son las mujeres y los jóvenes. Además, contribuye al bienestar de las personas, a lograr una vida saludable y es una herramienta imprescindible para la sociedad en su lucha contra el sedentarismo.

463/2020, por el que se declaró el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.

A pocos días de que todo el país entre en fase 3, la mayoría de los Centros Deportivos y Gimnasios reinician su actividad. En esta fase 3, si bien hay que seguir trabajando en ciertos aspectos, hemos conseguido derribar dos muros que hace unas semanas parecían insalvables. En el Plan de desescalada inicial, nuestras instalaciones no estaban previstas hasta la fase 3 y en esta fase podíamos reiniciar nuestra actividad, pero sin vestuarios y tan sólo con un 30% del aforo.

El trabajo realizado junto con el CSD, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, la propia CEOE y, por supuesto, a nivel interno, empezando por todos y cada uno de los miembros de la Junta Directiva y siguiendo por todas las comisiones y grupos de trabajo específicos que hemos ido constituyendo para gestionar cada tema concreto, nos ha permitido posicionar a nuestro sector como una herramienta fundamental para la salud de las personas.

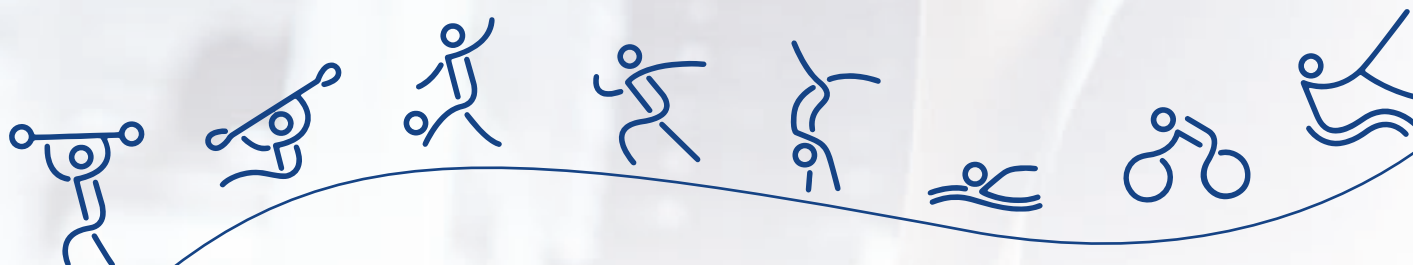
Los que formamos la Familia FNEID, siempre hemos pensado en la totalidad del sector y por este motivo, ya desde la fase 1, trabajamos para ir dando pasos, para que algunos modelos con menor volumen de usuarios, basados más en el entrenamiento personal, pudieran volver a la actividad.

En la fase 2 dimos un paso más en la flexibilización de ciertas restricciones que ya permitían reiniciar la actividad a más centros deportivos, si bien todavía no eran las adecuadas para la mayoría de las empresas de nuestro sector. Estos logros han sido fruto de un trabajo diario, y nos ha permitido volver de una forma gradual, ir ganando terreno poco a poco, demostrando que nuestras instalaciones son espacios seguros y reanudando nuestra actividad con absoluta normalidad.

Una vez todos en marcha, nos sigue preocupando garantizar la viabilidad de nuestras empresas. Nuestro compromiso con la sociedad y su salud es evidente e indudable, así como nuestro compromiso con el mantenimiento del empleo, pero para ello tenemos que tener el acompañamiento del Gobierno hasta la recuperación de la normalidad.

Desde FNEID fuimos de los primeros sectores que tomó la iniciativa elaborando un protocolo de medidas higiénico sanitarias cuyo único objetivo es el de garantizar la salud de nuestros trabajadores y usuarios y reducir el riesgo del COVID-19, haciendo de nuestras instalaciones los entornos más seguros posibles. Dicho protocolo es un documento "vivo" que se va adaptando continuamente a la evolución de esta crisis y a las medidas adoptadas por las autoridades competentes.

Por último, quiero hacer mención a la estrategia de comunicación que realmente ha sido un éxito. Hemos





tenido presencia en todos los medios, tv, radio, prensa escrita, una gran repercusión y, en general, un tratamiento excelente. La sociedad nos ha visto como lo que realmente somos, un sector comprometido con la salud, que formamos parte de la solución y que vamos a cuidar de las personas.

Salud, deporte y dinamismo económico

Somos un sector al que nos ha costado mucho tiempo y esfuerzo posicionar debido en parte a la transversalidad que tenemos: somos salud, somos deporte y somos actividad económica.

Desde principios de marzo, incluso antes de que comenzara el estado de alarma ya empezamos a trabajar en lo que podríamos denominar gabinete de crisis.

Trabajamos en dos líneas: una interna para mantener al sector unido e informado en un momento de tanta incertidumbre y otra línea, externa, que nos permitiera estar presentes en todas las mesas en las que se decidieran temas que nos afectarán y así poder anticiparnos a la situación.

Nuestros dos principales contactos institucionales han sido el CSD y el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Con el CSD, de manera permanente, habiendo

formado parte del exclusivo grupo de Tareas de Impulso al Deporte, una gran iniciativa que nos ha permitido posicionar al deporte social, deporte salud, que es al que nosotros representamos.

Hemos estado en contacto también con el Ministerio de Hacienda, habiendo logrado incluso que admitieran alguna propuesta de modificación planteadas por la FNEID.

Formamos parte de un grupo de reciente creación como es el grupo de turismo y deporte en el que están presentes 3 ministerios a través de su secretaría de Estado (Turismo, Cultura y Deporte y Exteriores a través de la secretaría de Estado de la España global). Por otra parte, dentro de CEOE formamos parte de varias comisiones y grupos de trabajo.

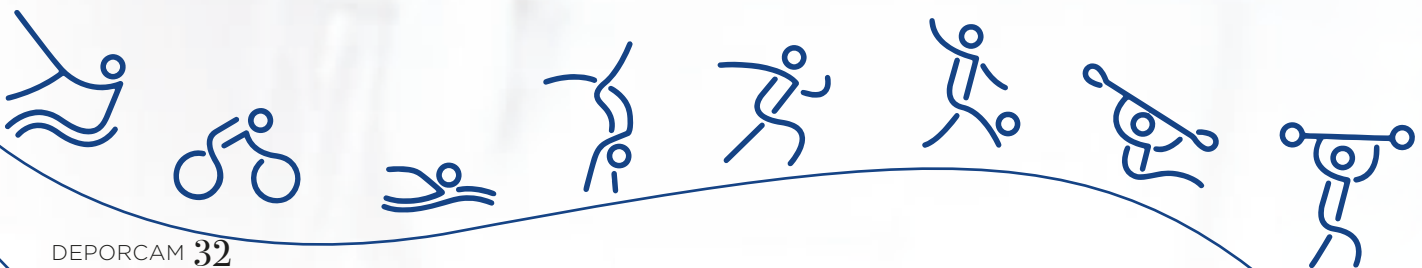
Y a nivel interno, también desde el principio, creamos canales de comunicación abiertos que nos permitieran compartir información al momento para promover la toma de las decisiones más acertadas posibles.

Por otra parte, hemos creado una comisión Interterritorial para mantener contacto con todas las CCAA y Administraciones locales que sin duda va a tener un papel principal en las próximas semanas, así como un consejo de concesiones para tratar los temas que afectan a este modelo de negocio por su peculiaridad respecto a las relaciones con las administraciones públicas.

Y hemos constituido grupos de trabajo para temas específicos como la elaboración del protocolo de medidas para garantizar la salud de nuestros trabajadores y usuarios.



Para terminar, hacer un llamamiento a todos los que no pertenecéis a FNEID a que lo hagáis. Podéis entrar en nuestra web (www.fneid.es) o enviarnos un correo a gabinete@fneid.es y estaremos encantados de atenderos.





MOVE Week



Move Week 2020: Una hora de ejercicio al día de la mano de Deporte para la Educación y la Salud

Deporte para la Educación y la Salud propone a la sociedad española la práctica regular de ejercicio físico durante una hora todos los días. Es el mensaje que lanzó a la sociedad española la ONG Deporte para la Educación y la Salud con motivo de la celebración del Move Week 2020.

Move Week es una iniciativa de ISCA - International Sport and Culture Association que desde el año 2012 se celebra en toda Europa. Deporte para la Educación y la Salud te invita a unirse a esta campaña, ser más activo y conseguir reforzar tu salud.

MOVE Week es una plataforma abierta para cualquier persona interesada en hacer que las personas sean activas para mostrar su actividad o evento a su comunidad. Esa persona, grupo u organización es un agente de MOVE.

Durante la MOVE Week, miles de eventos tienen lugar simultáneamente en toda Europa en un festival de una semana de deporte y actividad física. Debido a la crisis sanitaria con motivo del COVID-19 estos eventos se han adaptado a la situación que ha vivido España durante el estado de alarma.

Deporte para la Educación y la Salud invitó a toda la comunidad educativa española a participar en la celebración de Move Week con el lema: "La actividad física y la práctica deportiva nuestro mejor aliado para hacerle frente a la pandemia del COVID-19. Y recuerda que es primordial para la salud tanto física como psicológica de las personas la realización de una hora de ejercicio al día durante todos los días del año.

Más información en: educacondeporte.org


Líder del sector limpieza en el sur de España

En Castor contamos con más de **35 años de experiencia** y más de **1.700 clientes** que nos avalan.

Presentes en todo el territorio nacional, somos empresa socialmente responsable.



UN MUNDO DE SERVICIOS ORIENTADOS AL DEPORTE

- Expertos en limpieza y mantenimiento de centros deportivos y estadios de fútbol
- Control de plagas
- Formación y servicio de socorrismo
- Creación de espacios cardio protegidos 



JUNTOS POR UN MAÑANA MÁS LIMPIO





Fernando Andrés Pérez
ARQUITECTO

¿Por qué son así los estadios actuales?

1. LOS ANTECEDENTES

La evolución de la forma, dimensiones y distribución de las pistas de los estadios hasta llegar a la configuración definitiva de esta instalación, ha sido un lento proceso que ha durado más de veintidós siglos, partiendo del modelo arquetípico de los griegos hasta llegar a 1.972, en que al prepararse la organización de los Juegos Olímpicos munitenses se hizo un esfuerzo por llegar a una solución que reuniera las mejores características posibles obtenidas por las experiencias de uso en este tiempo y las últimas aportaciones de diferentes ciencias al respecto. Fue un largo camino con avances y retrocesos continuos que vamos a intentar explicar de un modo sintético.

Al arquetipo definitivo del estadio griego clásico solo



Actual Plaza Navona en Roma

se llegó en la época helenística, cuando los romanos



Circo Agonale

dominaban ya aquellas tierras, y este fue el que presentaba el denominado "*Estadio Panatinaico*" de Atenas. Situado en el centro de esta ciudad, al contrario que sus precedentes históricos, construidos casi siempre en enclaves con fuertes finalidades religiosas. Su nombre indica que su destino fue ser el escenario estable de los juegos dedicados a la diosa Atenea. Inicialmente tenía cincuenta gradas en forma de U y con asientos de madera, en los que se llegaban a colocar hasta 80.000 espectadores. El arconte Licurgo lo reconstruyó en el 329 aC. forrando sus gradas con mármol blanco del monte Pentélico, por lo que desde entonces se conoce también como el "*Kallimárnaro*", que en griego significa "*el de mármol hermoso*". Un arconte era un magistrado elegido para gobernar la ciudad durante diez años y con competencias en temas relativos a la administración civil y a la jurisdicción pública. En el 140 dC. Herodes Ático, uno de los hombres más ricos de aquella época, amigo de Adriano y preceptor de Marco Aurelio, lo mejoró dejando su capacidad en 50.000 plazas. Fue el escenario de los Juegos de la Reinstauración de Coubertin en 1.896.

Centrándonos en el estudio de la pista, su uso se dedicaba a las carreras de atletas utilizando sus tramos rectos, y al pugilato, el pancracio, la lucha o los actos culturales aprovechando su fondo curvo. Dado que los atletas acababan cada largo tocando un poste de madera situado al final de ese tramo, el mínimo radio de la curva no significaba un problema, pues las carreras de caballos y carros se hacían en un hipódromo cercano. No obstante para el público esta configuración no era adecuada. Veían demasiado lejos a los corredores en algunos momentos, y cuando deseaban presenciar otra clase de pruebas en el fondo curvado, el número de localidades era demasiado pequeño, quedando en cambio los graderíos laterales vacíos. Su forma tan alargada no permitía una buena audición de los resultados y mensajes al público que daban los organizadores.

Los romanos mejoraron, ampliaron y transformaron los estadios griegos y en pocas ocasiones los hicieron de nueva planta. El más conocido sería el "*Circo Agonale*", al que se acudía a ver los "*agones*" o juegos, que se mantuvo hasta la Edad Media en los terrenos de la Plaza Navona de Roma. La pista tenía 276 m. de largo y 54 de ancho con gradas para unas 20.000 personas,

aunque algunas fuentes indican que en algunos espectáculos llegaron a reunirse hasta 33.000 personas. Fue promovido por Cesar y Augusto en el denominado Campo de Marte, construido en madera, y reconstruido en piedra y ladrillos por Domiciano en el 86 d.C. para celebrar los juegos capitolinos. Con el paso de los siglos los romanos utilizaron las piedras de los graderíos, sin uso desde hace siglos y ya en ruinas, para hacer las edificaciones que hoy rodean aquella plaza, apoyándose encima de los cimientos de la antigua edificación. La vida era muy dura y de este modo se ahorraban los materiales y su transporte, hasta el punto de que hoy no es posible ver más que el Obelisco de Domiciano situado en su eje longitudinal

Allí los romanos introdujeron las carreras de carros arrastrados por dos caballos, bigas, o por cuatro, cuadrigas, y esto llevó a que los denominados “*circos*” se hicieran cada vez más grandes en longitud por la mayor velocidad de los contendientes. Dada la amplia participación que a menudo se registraba, hubo que aumentara también la anchura de la pista, acabada ya en ambos fondos con curvas hasta completar el trazado en una especie de O muy alargada. El “*Circo Máximo*” de Roma, situado entre los montes Aventino y Palatino, dentro de la ciudad, y construido por el quinto rey romano, Lucio Tarquinio Prisco, tenía 621 m. de longitud y 118 de anchura, pudiendo reunir en sus gradas hasta unas 300.000 personas. En su eje una “*espina*” separaba los tramos rectos de ida y vuelta, y permitía colocar estatuas, obeliscos y ofrendas.

En las carreras de caballos o carros la velocidad era mucho mayor, y se creía entonces que las mayores dimensiones de la pista serían más adecuadas para que los participantes pudieran correr más, pero lo que realmente ocurría era que el público apenas si veía un instante pasar a los participantes y luego tenía que adivinar lo que había pasado en la lontananza, pues el ojo humano no era capaz de percibirlo. Estas pruebas se fueron complicando para aumentar el espectáculo, haciendo obligatorio que los aurigas cogieran un estandarte clavado en la pista al pasar velozmente sobre su vehículo a su lado, saltaran de un caballo a otro mientras corrían, y a que incluso los condujeran de pie sobre su lomo. Todo esto provocaba numerosas caídas y graves accidentes, pero esto era lo que más gustaba en Roma. Tanto los mejores caballos como los aurigas gozaban de gran popularidad en todo el imperio, y los equipos más afamados pugnaban por incorporarlos a sus filas, pero el cambio de conductores era continuo por morir estos frecuentemente muy jóvenes. En este caso el tomar bien las curvas se convertía en la mayoría de casos en la clave para ganar las pruebas, pues el papel de la aceleración centrífuga era crucial. Pensemos que a veces salían doce cuadrigas en paralelo, como reflejó perfectamente la película “*Ben - Hur*”. Esto unido a los mismos defectos que hemos visto en las instalaciones anteriores, pero en un grado mucho mayor, hizo que estos circos dejaran de hacerse y utilizarse.

Los romanos crearon entonces los anfiteatros, uniendo enfrentados dos escenarios teatrales y rodeando el conjunto por gradas, pero los espectáculos preferidos eran las luchas de gladiadores y las peleas con fieras en vez de las pruebas deportivas. No obstante en ellos se resolvieron muchos de los problemas de visibilidad y audición que habían existido anteriormente. El anfiteatro más conocido fue el “*Flavio*”, al que se comenzó a denominar “*Colosseo*”, por la enorme estatua de Nerón que había en las proximidades a modo de dios-sol, y que se tradujo popularmente en el español como “*Coliseo*”. Tras estas tipologías y la prohibición de los juegos olímpicos por Constantino, los estadios desaparecieron hasta finales del siglo XVIII.

2. LA REPARICIÓN DE LOS ESTADIOS

En la República Francesa de la época napoleónica se acostumbraba hacer unos gigantescos desfiles militares como elementos de fomento del nacionalismo y demostración de la potencia del país. Por ello eran frecuentes las exhibiciones de toda clase de atracciones incorporadas a los mismos para amenizarlos ante las masas de decenas de miles de espectadores. Una de estas posibles atracciones era el desfile de toda clase de los vehículos engalanados que entonces se utilizaban en un recinto que lo permitiese, y siendo contemplados casi siempre con sumo gusto por la población.

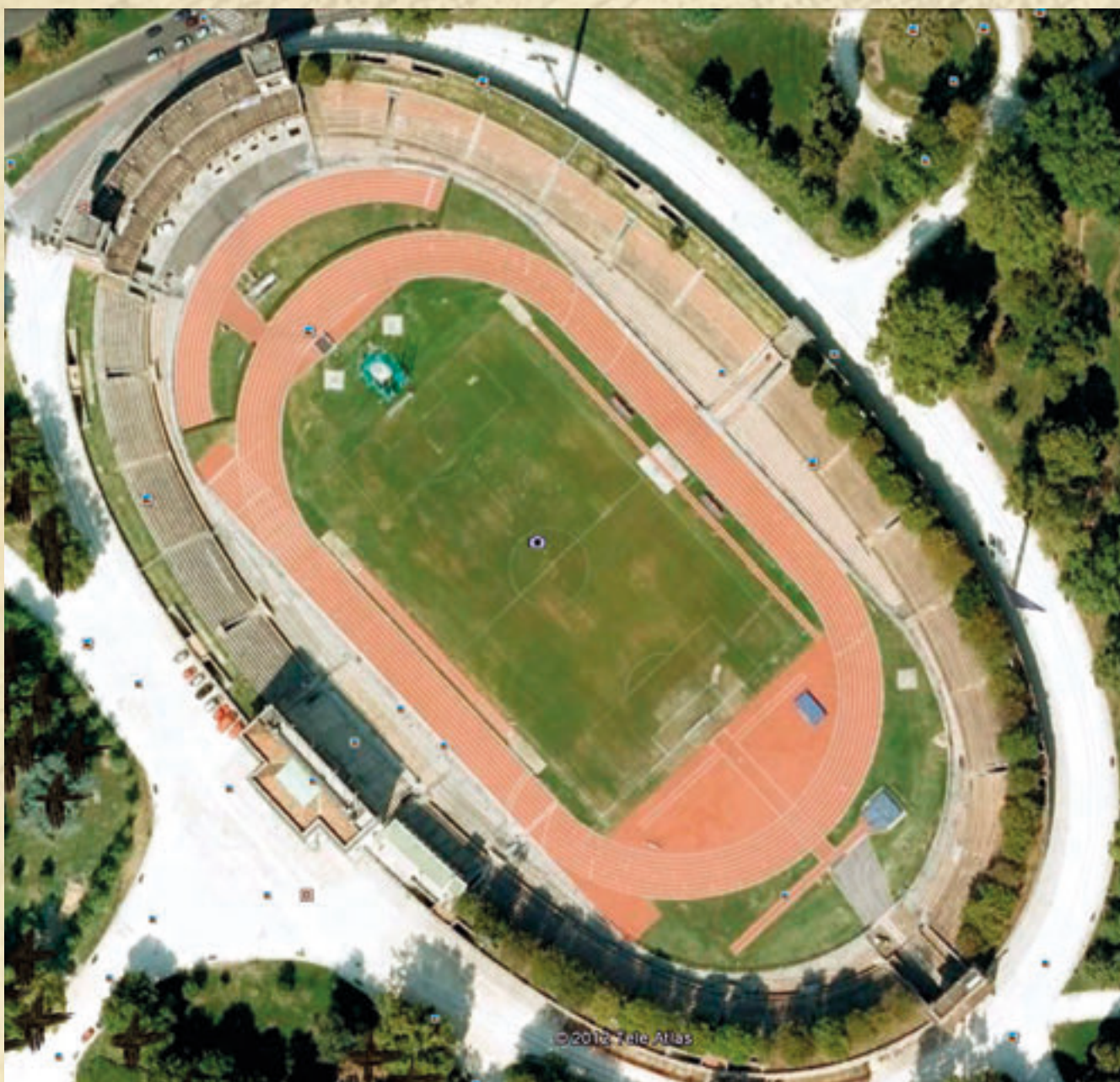
España había dominado el Milanesado entre 1.535 y 1.706, rodeando el Castillo de los Sforza, que representaba el poder en el Renacimiento, con todo un conjun-



Naumachia en el anfiteatro de Milán

to de fortificaciones que lo rodeaban. Habían dejado también allí el amor por la cría de caballos y la afición por el uso de enganches o “*carrozzellas*”. Esta costumbre pasó a Austria cuando controló este ducado, en los noventa años comprendidos entre 1.706 y 1.796, y desde allí llegó a la Escuela de Equitación de Viena.

Por ello, cuando Napoleón venció en Waterloo y ocupó media Europa, anunciando su interés en visitar Milán, se pensó en construir un recinto para poder homenajearle, dado que les había liberado de los austriacos, y proponía hacer una novedosa República Cisalpina,



Planta de la Arena Cívica de Milán.

que les haría libres por primera vez desde hace varios siglos. En el centro de la ciudad había una enorme zona verde, el Parque Sempione, obtenida al derribar las fortificaciones de los españoles de acuerdo con las ordenes que dio Napoleón en 1.800, y donde se pensó en construir una edificación inspirada en el estilo del imperio romano dado que como tal le gustaba que le trataran.

El arquitecto Luigi Canonica, inspirándose en el Circo de Majencio de Roma, que era el anfiteatro que mejor se conservaba, hizo un área ovalada con ejes de 236 y 116 m., pavimento de tierra de ceniza negra, y rodeada de graderíos para 30.000 personas que era la quinta parte de la población de la ciudad en aquellos años. Se comenzó a construir en 1.805 aprovechando la piedra de las fortificaciones derruidas, y se inauguró con la presencia de Napoleón el 17 de diciembre de 1.807 con

una gran naumaquia que pudo hacerse al inundar el recinto con el agua de un cercano arroyo. El anfiteatro tenía ocho torres repartidas en el perímetro, y gradas de una a otra, salvo en la zona del *"pulvinar"* o palco de autoridades y en la puerta principal. Pese a este ropaje clásico, podría decirse que fue el primer estadio moderno.

Durante la República Cisalpina y el posterior Reino de Italia se dedicó a celebrar nuevas naumaquias, carreras de caballos y exhibiciones pirotécnicas. En el Ocho-cientos sirvió para el montaje de los citados desfiles de *"carrozzas"*, el lanzamiento de globos aerostáticos, el patinaje en invierno, demostraciones de las habilidades de acróbatas y elefantes, fiestas de todas clases, carreras de bigas...Incluso por allí pasó el que se consideraba el mayor espectáculo del mundo, que era el denominado *"Salvaje oeste de Buffalo Bill"*, una caravana que movía a más de 1.200 personas y que recorrió durante años media Europa, presentándose

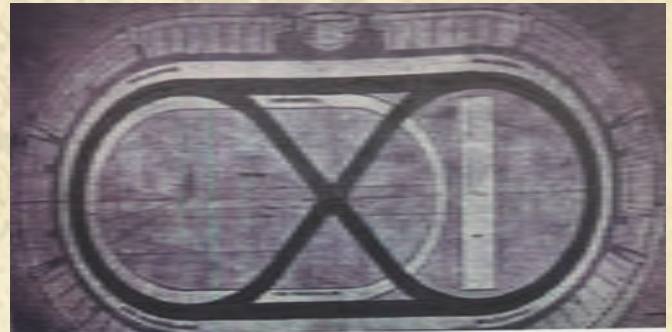
en 1.889 en el Jubileo de la reina Victoria y en otras muchas ciudades. Por ejemplo en Barcelona estuvo cerca de un mes en un hipódromo habilitado en el solar entonces vacío entre las calles Aribau y Rosselló. Sus actuaciones, tenían como centro toda clase de habilidades y destrezas con caballos, comenzando con exhibiciones de jinetes gauchos, árabes, mongoles, cosacos y turcos; luego actuaba el propio Bill que había sido un explorador del ejército en tierras indias, y había trabajado suministrando ocho bisontes diarios de media durante más de ocho años a la constructora del ferrocarril de Kansas que unía el Este del país con California, para la alimentación de sus trabajadores; a continuación había exhibiciones de tiro de Calamity Jean (Juana Calamidad) y de la tiradora Anita Oakley y Toro Sentado, el jefe sioux, con veinte de sus guerreros. Anita tiraba a blancos situados a treinta metros, y acertaba primero a una carta de la baraja, luego a un centavo lanzado al aire, y finalmente a un cigarro situado en la boca de su marido.

En 1.895 se acondicionó el pavimento para disputar el Campeonato Italiano de ciclismo, en 1.910 la selección *azzurra* venció a Francia por 6 a 2, y en 1.902 el Milán asentó sus encuentros de fútbol en esta sede y el Inter hizo lo mismo en 1.908, compartiendo el recinto ambos equipos desde 1.930 a 1.941, en que el primero decidió construir San Siro. En la guerra sirvió de campo de fusilamiento de ocho antifascistas que habían preparado un atentado contra el jefe local de los *camisas negras*, y en la postguerra al no haber electricidad para mover los tranvías que llevaban al público al nuevo estadio, el Milán tuvo que volver a jugar en el Sempione, y más tarde ambos equipos, Inter y Milán, dejaron de utilizarlo.

En 1.985 el ayuntamiento hizo una reforma creando la "*Arena Cívica Municipal*" con un anillo de 500 m., con la idea de dedicarlo al ciclismo y al rugby, y una pista sintética de atletismo de 400 m., donde Marcello Fiasconaro logró en 1.973 el record del mundo de 800 m. y en 1.977 Pietro Mennea venció a Don Quarrie en 200 m. Desde entonces ha sido escenario de conciertos, carreras populares, y exhibiciones de todas clases: paracaidismo, aeromodelismo, etc. Al no coincidir el ovalo que dejaban los graderíos con el espacio ocupado por la pista, quedaron unos espacios en los fondos que se dedicaron a zonas de entrenamiento, y que indicaban que el diseño no estaba todavía ajustado.

En 1.911, con motivo de la Exposición Universal de Turín apareció el segundo estadio famoso en la historia moderna. Se planteó hacer el "*mejor del mundo*", confundiendo cantidad con calidad, sobre los terrenos de la antigua Plaza de Armas de la ciudad. El arquitecto Carlo Coppi y los ingenieros Ballatore di Rosana y Gonnella proyectaron una zona de actividades de 390 x 220 m. con una pista de ciclismo de 790 m., una hípica de 782 m. y un anillo atlético de 500 m. Se combinaban los tres circuitos en una misma explanada de

tierra, rodeada por un graderío para 70.000 personas. Se pensaba que cuanto mayor fuera el espacio disponible, mejor sería el recinto al poder realizarse más actividades diferentes, pero el uso indicó lo contrario. Tras un espectacular desfile de carrozas históricas celebrado en 1.928, y dado que el público no podía apreciar casi nada con estas enormes dimensiones, en el año 1.930 se decidió derruirlo.

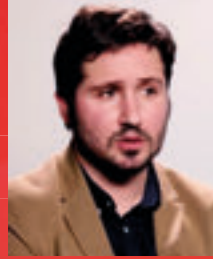
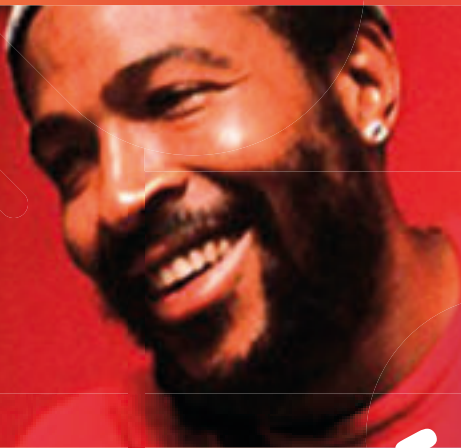


Estadio de la Exposición Universal de Turín.

3. LA NORMALIZACIÓN DEL ESTADIO MODERNO

Para acabar este relato digamos que el estadio moderno polivalente de uso para atletismo y fútbol quedó perfectamente normalizado en Munich '72, con un campo de fútbol de 105 x 68, ocho calles en el anillo, ría de obstáculos interna, radio de la curva de la calle 1 de 37,50 m., y pasillos de saltos y jabalina dobles. Desde entonces todos los campos de fútbol deben homologarse a estas dimensiones. Por cierto, unos minutos después del sexto puesto de Haro en la final de 10.000 m., y como si el destino quisiera cerrar el círculo de la historia, en la clausura de estos juegos tuvo un papel muy destacado otra vez un desfile de carrozas arrastradas por caballos de los centros hípicas de Baviera, que seguían las directrices y el espíritu de la vienesa. ¡ En esto, como en tantos otros aspectos, fueron unos juegos magníficos. ¡ Qué pena la seguridad ...!. Hoy tristemente es casi lo único que se recuerda.

Después el fútbol ha presionado por eliminar las pistas atléticas y la capacidad con buena visión puede llegar ya a casi las 90.000 plazas. Solo así se entiende que una ciudad como Múnich, teniendo el mejor estadio olímpico de la historia, haya hecho también el "*Allianz Arena*".



Álvaro Fernández-Luna
Profesor de Gestión Deportiva
Universidad Europea.

EL CHÁNDAL PONERSE

“Los servicios deportivos viven acelerados. Las organizaciones que van muy deprisa pierden inteligencia. Necesitan reflexionar”.

Alfonso Jiménez, Catedrático

Marvin Gaye llevaba un tiempo jodido cuando Tammi Terell falleció con sólo 24 años como consecuencia de un tumor cerebral. Fue un hecho injusto y arbitrario. Como esas pequeñas grandes cosas que nos tiene preparado el destino a la vuelta de la esquina. Las menos de las veces buenas.

Marvin además no terminaba de cuadrar con la compañía discográfica Motown. Eso de sacar canciones como en una cadena de montaje industrial no iba mucho con él. A ello se sumó la vuelta de su hermano de la guerra de Vietnam, un poco sonado por la experiencia, y las revueltas raciales acaecidas en el Estados Unidos de finales de los 60, con su eje en Detroit. Sí, el mismo lugar donde la gente de color se dejaban el alma para sacar hits musicales masivos como churros. La suma de estos factores provocó que Marvin cayera en una depresión.

Entonces Marvin se puso el chándal. Empezó a “descuidar” su imagen de artista pop y vestir ropa deportiva a menudo. Retomó la práctica de deporte de competición (estuvo a punto de jugar en el equipo profesional de fútbol de Detroit) y se paró a pensar hacia dónde iba su carrera. Y hacia dónde iba el mundo.

Esta pausa le llevó a producir el mejor álbum pop de todos los tiempos. What’s going on (1971). La idea, que no el proceso, fue aparentemente sencilla: coger toda la mierda por la que había pasado y convertirla en un reguero de canciones bellísimas sin apenas pausa entre ellas. El modelo de “álbum conceptual”

cultivado en el pop-rock progresivo de los 60-70, fue llevado al Soul. El resultado fue un trabajo que puede escucharse sin pausa y que habla, además de la espiritualidad y el amor, de los problemas de aquella época: la guerra (What’s happening brother), el racismo (What’s going on?), el daño medioambiental (Mercy Mercy Me), las drogas (Flying High) y la pobreza (Save the Children). Escuchado hoy, siendo un disco rotundamente contemporáneo, muy a nuestro pesar.

En este periodo de incertidumbre y tristeza que estamos viviendo, el chándal de Marvin Gaye ha cobrado más sentido que nunca para mí, en mi rol de profesor y divulgador, y estoy seguro que también para muchos otros profesionales y gestores. Nos hemos visto forzados a ponernos el chándal para seguir trabajando cuando todo a nuestro alrededor se volvía oscuro y desalentador. No quiero entrar en tropos ni espacios comunes, pero sí que es cierto que esta situación ha sacado lo peor y lo mejor de muchas personas, y también creo que a otros les ha pillado ocupados en buscar soluciones para salir de esta.

Un ejemplo de lo anterior, ha sido la elaboración del “Protocolo sectorial de reapertura de piscinas en el contexto de COVID-19”, en el que tuve el placer de colaborar, como profesor de la asignatura de gestión de instalaciones acuáticas. Éste se encuentra disponible en el siguiente link <https://www.lawebdelaspiscinas.es/informacion/noticias/actualidad/protocolo-sectorial-piscinas-saludables-actualizado-603>. Más allá de su gran valor como guía de referencia, lo

importante ha sido poner de acuerdo a todo el sector de la piscina en España para redactar un informe en tiempo récord, en el que han participado cientos de profesionales: fabricantes, comerciales, gestores de instalaciones públicas y privadas, y académicos. Como es obvio, existieron algunos desencuentros entre partes interesadas y se tuvieron que votar ciertas decisiones, llegando a un consenso final. Considero que el objetivo de proporcionar una herramienta que garantice la reapertura de estos espacios deportivos complejos con las mayores garantías de seguridad para los usuarios y trabajadores, sin descuidar la parte de gestión e ingresos, se consiguió con creces. Y como muestra de ello, el protocolo ha sido referenciado y utilizado por el Ministerio de Sanidad para el documento oficial de reapertura de instalaciones acuáticas.

El otro aspecto que me toca más de cerca, la enseñanza, me deja también un buen sabor de boca. He podido presenciar cómo muchas entidades educativas, también centros de fitness y clubes deportivos, han adaptado su contenido a un formato virtual en un plazo muy breve, con un resultado más que aceptable y ofreciendo incluso sesiones gratuitas de formación. Siempre existe el inconveniente de aquellas personas que no tienen acceso a estos contenidos por sus circunstancias personales o recursos, y es algo obviamente que debe considerarse para un futuro en

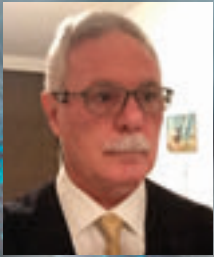
el que esta situación puede volver (esperemos que no sea así).

También muchos profesionales autónomos o que han sufrido un expediente de regulación temporal de empleo, han aprovechado para leer, reciclarse y crear nuevos contenidos a utilizar cuando se vuelva a la normalidad. Por otra parte, estoy seguro que los gestores que leen esta revista se están volcando en crear un escenario lo mejor posible para cuando regresen sus trabajadores y usuarios. Y otros profesionales, con perfil investigador, han tenido la oportunidad tomar datos de manera telemática para analizar cómo el COVID-19 ha afectado a la industria del deporte en todos sus ámbitos, desde lo individual a lo empresarial.

Finalmente, me gustaría rescatar una cita del Catedrático Alfonso Jiménez mencionada en la defensa de la tesis doctoral de otro gran investigador, Jorge García Unanue: *“Los servicios deportivos viven acelerados. Las organizaciones que van muy deprisa pierden inteligencia. Necesitan reflexionar”*. Esto fue en 2014. Quizás ahora, en 2020, ha llegado ese momento de reflexión de manera obligada. La duda es si lo hemos aprovechado. Si nos hemos puesto el chándal como hizo Marvin y, por ende, si somos capaces de trabajar para mejorar.



Quicesa y Aquatic suman sus fuerzas para cubrir todas las necesidades del ciclo de vida de la instalación acuática desde su concepción como proyecto hasta la explotación de la misma



Juan Andrés Hernando
Arquitecto urbanista

Covid-19, amenaza y oportunidad

El País y sus diferentes “sistemas”, están en esta situación de ISTOP, peligro! ¿Qué pasa?, Un simple virus, un enemigo invisible, violento y muy contagioso y traicionero, que trabaja en silencio durante 14 días, nos ha noqueado y dejado fuera de combate, “confinados”. Nos creíamos fuertes, autosuficientes, seguros y con una perspectiva abierta a todo tipo de oportunidades, de repente nos han parado en seco, los negocios, los trabajos, las clases, las relaciones sociales, los desplazamientos, etc. y en paralelo han aumentado los riesgos, los problemas, las inseguridades y las muchas penas derivadas de esta situación, estamos “groguis, casi en K.O. técnico”. Tenemos que pensar como hemos llegado hasta aquí y como ponernos en pie y caminar hacia nuestro “rincón del futuro”. Un momento histórico, a nivel mundial el combate es universal y la naturaleza inmediatamente se ha hecho eco de ello. Este momento de confinamiento, nos permite dejar esa velocidad de cruce que había conseguido la sociedad actual, caminado hacia una autodestrucción irracional, haciendo caso omiso de los diferentes avisos que nos da la naturaleza. Este K.O. técnico, nos da la oportunidad de “pensar y racionalizar” el momento por el que estamos pasando. Hemos de saber situarnos y como transitar en el corto, medio y largo plazo para superar el “Covid-19” y sus gravísimos impactos sobre la salud, economía, trabajo, cultura, etc. El virus ha hecho enfermar a la economía mundial, y los países más débiles son los que menos capacidad de reacción vamos a tener en la recuperación económica, con las consiguientes derivadas que afectara directamente al sector Servicios, al ahorro y al consumo.

Situados en este difícil escenario, necesitamos todas las energías posibles para remontarlo. Hemos de ser autocríticos y no hemos de perder de vista el porqué y el cómo hemos llegado a esta situación y cuales están siendo las consecuencias e impactos sobre el planeta, la naturaleza, las personas y la sociedad. Se nos llena la boca de las palabras “Salud y Sostenibilidad”, pero difícilmente las tratamos con el compromiso que requiera de cada uno y de los colectivos sociales y especialmente los económicos. Hay que tener muy presente donde estamos, al margen del Covid, en la “revolución Digital, el Internet, la robótica, las tecnologías, el 5G, y la conectividad global” y de dónde venimos, la “revolución Industrial y de las comunicaciones”. Tenemos que volver a caminar, pero con sentido de futuro atacando al presente. El Covid-19 nos

está dando la oportunidad de levantarnos algo groguis y “salir caminando/corriendo, como pato sin cabeza” o de ser capaces de elevarnos del cuadrilátero personal y mirar el mundo que nos rodea, sin complejos y con ilusión de que nuestro antiguo reto, se adecue a las nuevas circunstancias y aprovechar la experiencia que nos ha dado este parón. Nada va a ser fácil, las circunstancias sociales, económicas y personales del entorno que nos rodea tampoco van a ser las mejores, pero mirando lo que ha pasado hemos descubierto:

- Que el tiempo libre es una riqueza que no disponíamos y añorábamos, pero cuando se trata de tener mucho tiempo libre hemos descubierto que es necesario saber cómo gestionarlo de forma activa y positiva.
- Que en este momento hay más personas sensibilizadas ante las actividades físicas, recreativas y culturales a la hora de gestionar su tiempo libre de forma saludable (equilibrio entre lo físico, psíquico y social).
- Que añoramos el contacto social, para mantener nuestro equilibrio emocional.
- Que nos estresan las incertidumbres de los elementos esenciales para poder generar y mantener una expectativa de bienestar saludable (salud, trabajo, vivienda, educación, etc.), en las personas y en la sociedad.
- Que la economía propiciada por el Mercado estimula el caer en la rueda del consumo compulsivo.
- Que la economía circular es sostenible y que la especulativa, mata.
- Que hemos comprobado, hasta qué punto nuestro sistema empresarial, la movilidad y el compromiso social impactan sobre la calidad del medio ambiente y en consecuencia sobre nuestra calidad de vida y la de nuestro ecosistema.
- Que estamos inmersos en una nueva etapa de la civilización (ordenadores cuánticos, 5G, conectividad total, robótica, etc.) que se está desarrollando y crecerá de forma exponencial en los próximos 10/20 años.
- Que esto traerá nuevas consecuencias y quizás hasta un nuevo orden mundial. Si nos fijamos en lo local el 5G, propiciará la movilidad sin conductor y eliminará un altísimo porcentaje de vehículos privados en propiedad (para el 2030, muchos jóvenes no tendrán coche privado). Esto alterará mucho el sistema de transporte público, el dimensionado de calles, aparcamientos y estacionamientos, etc.

- Que condicionará especialmente al espacio público, teniendo que reajustar su función a otra más social, activa, cultural y/o recreativa. El tiempo de confinamiento ha puesto de relieve dos temas relevantes, “el teletrabajo” y la cantidad de “plataformas y apps” que se han desarrollado en dar entretenimiento y actividades físicas “on line”. El sector “on line” es un sector con un futuro no discutible. No obstante, las “actividades físicas, creativas, recreativas y deportivas” requieren de un componente social, reequilibrador y saludable, que no ofrecen las actividades “on line”. Esto obligará a repensar y reajustar las ofertas convencionales de los gimnasios públicos y privados. Algunas de las oportunidades y posibles opciones de reajuste de tendencias en las instalaciones deportivas y su gestión podrían pasar por los siguientes escenarios:

- 1.- Servirán como lugares de encuentro, con usos combinados.
- 2.- Serán espacios diseñados de manera que permitan sectorización y polivalencia de uso.
- 3.- Dispondrán de Ambientes tecnológicos, para el uso y gestión con equipos cada vez más tecnificados.
- 4.- Tendrán un Alto nivel de conectividad en todo el recinto, aparatos, interior y exterior.
- 5.- Primará la Accesibilidad universal, con espacios y usos muy seguros y confortables.
- 6.- Se potenciará la simplificación/limitación de la movilidad de aproximación, dependiendo de la frecuencia de uso y el perfil del usuario, se establecerá la distancia y el tipo del punto de servicio (“punto sociodeporte”).
- 7.- Se planteará Cogestión o gestión participativa, de algunas actividades en franjas horarias y con determinados grupos de población.
- 8.- Habrá un Incremento de actividades no presenciales, “in y off” de la instalación deportiva convencional.
- 9.- Se fomentarán las actividades presenciales, con incidencia recreativa y social.
- 10.- Se replanteará la Gestión directa, con concesiones para la prestación de servicios, y no tanto la gestión integral ni la concesión administrativa.
- 11.- Primará la corresponsabilidad social y el compromiso energético sostenible.
- 12.- Se promocionará el fomento de la proximidad emocional con los usuarios/clientes.
- 13.- Se fomentará la proliferación de ofertas holísticas, saludables, sociales, creativas y recreativas.
- 14.- Otras, adaptadas a cada realidad y circunstancia.

Llegados a este punto, me gustaría poner el énfasis en la gran importancia que tiene, y creo que aun tendrán más la “Educación física, creativa, recreativa y deportiva”.

Ya que en el Tiempo libre estas habilidades y aptitudes son las que más se han manifestado en este confinamiento, especialmente en nuestro país. ¿Todas las personas, de este país, saben reconocerse y actuar en consecuencia de



Juego de niños (Bruegel el viejo)
- Museo de historia de Viena - Wikimedia commons

sus potenciales circunstancias y habilidades? Entiendo que no y que “la Educación debe enseñarnos a saber quiénes somos y cómo podemos cuidar y disfrutar de nuestro mejor y único vehículo que vamos a tener para transitar por esta vida”. Luego cada uno será consciente y consecuentemente responsable de cómo cuidarlo, mantenerlo y disfrutarlo de forma saludable y desarrollará sus correspondientes culturas.

Entender la educación de forma holística, considero que dará valor añadido a la percepción personal y ayudará a mantener la autoestima, individual y colectiva, en niveles saludables. El Asociacionismo, es uno de los pilares de la sociedad y si trabajamos el tiempo libre de forma transversal con las diferentes culturas, física, creativa, recreativa y deportiva estaremos volviendo a la filosofía de esos clubs centenarios, que aún existen en nuestro país, “aprendamos del pasado” El urbanismo, la educación, el trabajo, la sanidad, las comunicaciones, las tecnologías, la residencia, la industria van a ser ejes vertebradores de esta nueva realidad que va más allá de un desconfinamiento y a la que no podemos ignorar porque “esta tercera o cuarta ola”, acabará arrastrando a todo aquel que no se haya preparado convenientemente. La oferta actual de servicios deportivos y sus infraestructuras, en consecuencia, con todo lo dicho hasta ahora, también deberán evolucionar y adaptarse a esta nueva época, Seguramente se crearán nuevos nichos de negocio, con modelos físicos, virtuales o combinados que den respuestas a situaciones similares o equivalentes al panorama de oferta actual. La Recreación virtual, individual y colectiva, pueden ser los nichos de negocio más potentes y rentables de estos nuevos tiempos, con claros ganadores (E-Games/Sports) y perdedores en el ámbito del espectáculo deportivo profesional y de alto nivel, si se sigue manteniendo el sistema actual. Como colofón entiendo que se ha de “actuar en presente pensando en futuro” y en “local pensando en global”. El futuro ya está aquí, y debemos atenderle adecuadamente, sin perder aquellos valores que nos han traído hasta aquí y renunciando a todos aquellos que no eran, ni serán, saludables ni sostenibles. El reto no es solo personal, también es social y enmarcado en un permanente de compromiso solidario, que debe ser inculcado dentro de los modelos educativos. El juego, creación, la recreación y el deporte aportan valores, pero la educación marca las reglas del juego, que luego se desarrollan en las diferentes culturas, que, en ningún caso ni persona, serán excluyentes si queremos crear y mantener una sociedad libre, saludable y sostenible.

Gregorio Prieto:

Remeros (1938), Museo de la Fundación Gregorio Prieto, Valdepeñas, Ciudad Real.



Javier García-Luengo Manchado

Doctor en Historia del Arte
Universidad Isabel I

Gregorio Prieto Vivió en primera persona alguno de los episodios más trágicos de la Europa de su tiempo, como la Guerra Civil española o la Segunda Guerra Mundial, que pasó en Inglaterra. Ante aquellos sucesos, Prieto encontró en el arte su tabla de salvación., pues él siempre halló en la belleza su tabla de salvación ante la barbarie humana.

Precisamente, en 1938, cuando España se desangraba en una guerra fratricida y Europa se preparaba para el siguiente conflicto internacional, Prieto publicó el cuaderno de dibujos titulado *Students*. Oxford & Cambridge, que dedicó a los estudiantes españoles. Dos años más tarde, el pintor manchego en uno de sus diarios escribía a propósito de este libro lo siguiente: “Este libro lo dediqué entonces a los estudiantes españoles que luchaban unos y otros por un ideal, cuya lucha fue como un preliminar a la terrible guerra que ataca en estos momentos a toda Europa”.

Este dibujo demuestra ese subterfugio que el pintor veintiesetista halló en el arte frente a la adversidad. Mediante su característica línea ingresca Prieto refleja ese concepto de belleza ideal que descubrió en los estudiantes y deportistas que aquí aparecen, según el mismo reconoció: “Yo nunca pude ver la juventud a través de un cristal pesimista, sino a través de una gloriosa esperanza de inteligente belleza”.



Fotografía: Fundación Gregorio Prieto.

Nutri Sport

#UNSTOPPABLE

TU ALIADO EN CADA MOMENTO

Sabemos lo importante que es tu centro deportivo para ti, por eso siempre te hemos acompañado y seguiremos haciéndolo con todas las **medidas de seguridad e higiene**.



MEDIDAS PREVENTIVAS COVID-19 MÁQUINAS VENDING



▪ **Protocolo de preparación del producto para la reposición de máquinas vending.**



▪ **Medidas obligatorias a aplicar por la persona encargada de reponer la máquina**



▪ **Kit de higiene y desinfección a disposición en las máquinas**
Compuesto por una mascarilla quirúrgica y tres toallitas higienizantes para facilitar el acceso a la protección de todos los usuarios de sus instalaciones.



▪ **Indicaciones de prevención**
Se colocará un cartel con varias recomendaciones para la prevención de la COVID-19 en el frontal de las máquinas vending.

PARA CONOCER LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD E HIGIENE DE NUTRISPORT ESCANEA EL CÓDIGO QR





EL DEPORTE TRAS EL CORONAVIRUS



60 expertos nacionales de diferentes ámbitos del deporte escriben sobre el coronavirus en un libro editado por José Luis Pérez Triviño

El pasado 29 de mayo se presentó de manera telemática el libro: "El deporte tras el coronavirus" editado por José Luis Pérez Triviño, presidente de la Asociación Española de Filosofía del Deporte, y en el que han participado, entre otros, algunos colaboradores de Deporcam como Leonor Gallardo, Jorge García Unanue, Pablo Burillo o Benito Pérez González.

La crisis generada por la COVID-19 que hemos sufrido y que, en el momento de redactar este libro, todavía golpea nuestras vidas ha supuesto un duro golpe en todas las áreas del deporte, desde la preparación física -y expectativas- de los deportistas, a las finanzas de los clubes y federaciones pasando por la solución a las competiciones deportivas que han quedado en suspenso. Las dificultades de compatibilizar los diversos intereses en juego (salud pública, intereses de los agentes deportivos, finalización de las competiciones, etc.) son manifiestas.

Por eso, tiene sentido que nos preguntemos cómo será y cómo queremos que sea el deporte en estos difíciles momentos de afectación más directa del virus, pero también en el medio y largo plazo. Habrá que tomar decisiones y habrá que adoptarlas en virtud no de datos ciertos, sino sobre la base de la incertidumbre y de escenarios probables. Nos movemos y nos moveremos sobre arenas movedizas, pero si somos conscientes de dónde estamos, de los riesgos y de las posibilidades avanzaremos con paso firme. De ahí que este libro se componga de las opiniones de expertos en distintas áreas del deporte (juristas, economistas,

gestores, médicos, periodistas, filósofos) con el objetivo explícito de que una visión plural, pero a la vez transversal de los problemas a los que se enfrenta el ecosistema deportivo pueda servir de diagnóstico, debate y apoyo para los que tengan la difícil tarea de tomar las medidas de rescate, recuperación y reactivación del deporte.

El libro está a la venta tanto en formato ebook como en formato de papel. Los eventuales beneficios que se puedan obtener con las ventas de este libro se dedicarán a causas benéficas.



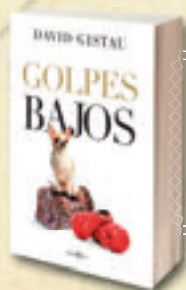


Benito Pérez-González

Director de Deporcam
Director del Grado en ADE
Universidad Isabel I

IN MEMORIAM:

DAVID GISTAU



David Gistau

La esfera de los libros
Publicación: 2017
Páginas: 284
ISBN: 9788490609101



David Gistau

Ediciones B
Publicación: 2008
Páginas: 204
ISBN: 9788466637619

David Gistau (Madrid, 1970-2020), periodista y escritor nos dejó el pasado mes de febrero, poco antes de que el coronavirus se convirtiese en el triste protagonista de nuestras vidas. Tenía pendiente hacer un homenaje en estas páginas a uno de los mejores periodistas españoles de las últimas décadas. Un periodista de estilo inconfundible y capacidad portentosa para escribir de corrido sobre cualquier tema: política, sociedad, literatura, cine y, por supuesto, deporte. Gistau era un gran aficionado al deporte, especialmente al fútbol y al boxeo. De este último era un gran practicante. Fútbol y boxeo fueron, además, los protagonistas de sus dos únicas novelas.

“Ruido de fondo” (2008) contaba la historia de un periodista deportivo que, en el mismo momento en el que empieza a tener éxito profesional, ve amenazada su estabilidad por un turbio asunto del pasado relacionado con su pertenencia al grupo Ultra Sur. La novela recrea con acierto los códigos de conducta de estos grupos, aportando una visión que vas más allá de la caricatura habitual de su violencia tribal. Por desgracia, en estos grupos violentos había caracteres de mucha más complejidad y heterogeneidad de lo que se piensa.

Nueve años después de escribir “Ruido de fondo”, Gistau escribe una nueva novela con un trasfondo de temática deportiva, que en este caso no habla de los hinchas del fútbol sino del ambiente del boxeo, pero con algunos puntos comunes: diferencia de clases,

barrios bajos o pasados turbios. Su título: “Golpes bajos”.

Alfredo es un entrenador y propietario de un modesto gimnasio de boxeo del barrio del Lucero. En su momento fue boxeador, pero no logró el éxito, que parece que por fin va a tener uno de sus pupilos, Damián, que ha conseguido llegar a la disputa del Campeonato de España que se celebrará en el Palacio de los Deportes de Madrid. El submundo que se mueve alrededor del boxeo incluye hampones y también delincuentes de menor estofa. A través de uno de los mafiosos que más han prosperado en su entorno, Piñata, le llega el encargo de entrenar a una estrella -muy venida a menos- del famosero, Magda. La asistencia al gimnasio le permite bajar de peso e idear un montaje para que Alfredo y ella simulen estar enamorados. Ese “nuevo amor” podría relanzar la estima y la fama de Magda. ¿Se acostumbrará Alfredo a ese ambiente del famosero y la simulación? ¿Podrá dedicar a Damián el tiempo necesario para preparar bien el combate más importante de su vida?

Prefiero al Gistau periodista, pero estoy seguro de que de haber seguido vivo y no haberse ido tan pronto, Gistau hubiese escrito alguna gran novela. De hecho, sus amigos comentan que estaba encerrado escribiendo un proyecto de tintes galdosianos. Lástima que nos haya dejado. Una legión de seguidores, entre los que me encuentro, ya no tendremos su lucidez para entender mejor nuestro presente. Descanse en paz.

Actividad física en la Nueva Normalidad



Dr. Carlos De la Torre Conde

M.I.R. Cirugía Ortopédica y Traumatología
Hospital de la Ribera (Alzira, Valencia)
Colaborador de la Universidad Isabel I



Dr. J. Moya-Angeler,

M.D, Ph.D, FEBOT
Especialista en Trauma
Deportiva y Cirugía Ortopédica

La situación de alarma y confinamiento general provocada por el COVID-19 nos da un respiro por el momento. Aún se desconoce si se ha producido una crisis puntual que iremos dejando progresivamente atrás o si desafíos similares surgirán de forma periódica en el futuro. No obstante, por ahora, los deportistas (incluyendo desde el profesional hasta el practicante ocasional) podemos volver a desarrollar una actividad que supone un medio de vida para algunos y una vía de complementar la salud para todos.

En mayor o menor medida, la población ha sido capaz de mantener un mínimo de actividad basal en el hogar. El ingenio y la disciplina han conseguido que el encierro no haya supuesto un periodo de sedentarismo total. Sin embargo, **numerosos factores se han sumado a la hora de empeorar la forma física con la que contábamos previamente al enclaustramiento.** Descenso de la demanda funcional, aumento de peso, pérdida de rutinas y alteración de ritmos circadianos, incapacidad para la realización de entrenamientos y técnicas específicas, menor exposición a la luz solar... No es posible valorar con total precisión hasta qué punto nos veremos afectados por todos los condicionantes involucrados en esta situación tan excepcional. Aunque sí podemos basarnos en la evidencia científica para identificar y prevenir los **principales problemas a los**

que se enfrentará nuestro organismo con la vuelta a la “nueva normalidad”.

Los componentes de nuestro aparato locomotor incluyen diversos tipos de estructuras. Entre ellas, **ligamentos y tendones son los que más se han visto afectadas por este intervalo de inactividad.** Su composición presenta un alto contenido en fibras de colágeno. Estas fibras, sometidas a un entrenamiento de intensidad escalonada alcanzan una resistencia y elasticidad progresivas. Por el contrario, en periodos de reposo, sus propiedades se ven mermadas con rapidez. En pocas semanas, adquieren una rigidez y debilidad perdiendo hasta la mitad de la capacidad de estiramiento de la que gozaban en el momento previo al inicio del reposo.

Este proceso es conocido como **principio de reversibilidad.** También se ha producido a otros niveles corporales empeorando, por ejemplo, los valores de oxígeno en sangre, la capacidad de adaptación del gasto cardíaco al esfuerzo o la sensibilidad del tejido muscular a la hormona insulina.

Frente a ello, y con el objetivo de evitar lesiones con la vuelta a la actividad física regular, es preciso tener una serie de premisas claras. Evidentemente,

la condición física previa al periodo cuarentena y el tipo de dedicación deportiva con la que se contaba condicionan la aplicación de estas medidas. Sobre todo teniendo en cuenta que **los deportistas de más alto nivel son los que han soportado un mayor detrimento de su capacidad** y de los que, precisamente, se espera una vuelta lo más veloz posible a niveles de rendimiento físico óptimos.

De cara a la población general, la clave es la cautela y la vuelta gradual a la actividad física. La movilidad articular inicial deberá ser suave, aumentando la intensidad de los esfuerzos día a día. Esto garantizará una recuperación efectiva de la fortaleza de nuestro sistema osteomuscular y también de la propiocepción. Este concepto se refiere a la capacidad de nuestro organismo de identificar la posición que ocupa cada una de sus partes, así como su estado funcional, evitando así caídas, adopción de malas posturas y detectando posibles sobreesfuerzos que llevarían a daños y lesiones.

Los deportistas aficionados deberán seguir un proceso más escalonado y técnico. No cabe una vuelta a los niveles de actividad previos y los objetivos de rendimiento tendrán que ser racionalizados, con una mirada al medio-largo plazo. Una fase inicial de preparación deberá contemplar disminuir la carga de intensidad, realizando esfuerzos en torno al 70% de la capacidad previa. Los tejidos osteomusculares se irán adaptando poco a poco a la demanda a la que se sometían antes. Así mismo, será conveniente la alternancia de distintos tipos de actividad para garantizar una tonificación generalizada del organismo y evitar sobrecargas de grupos musculares específicos. **Y, aunque pueda parecer paradójico tras varias semanas de inacción, se deberá respetar los tiempos de recuperación** para asegurar que huesos, músculos y demás estructuras de sostén gocen del tiempo necesario para fortalecerse.

Finalmente **los deportistas de élite merecen una especial atención.** Pese a la solidez de sus estructuras anatómicas, son también los más susceptibles a sufrir lesiones debido a la mayor demanda funcional que se les exige y a su peor tolerancia (física y mental) a los periodos de inactividad.

Su vuelta al más alto nivel debe ser enfocada de forma multidisciplinar. Un reacondicionamiento previo se hace imprescindible. Los entrenadores y preparadores físicos tendrán un papel clave, haciendo de mediadores entre los propios profesionales y los directivos de clubes y federaciones. Aparte de garantizar que la vuelta a la competición se realice respetando las medidas básicas de prevención frente al COVID-19 (saneamiento de espacios, distancia de seguridad, precaución en desplazamientos, etc), los profesionales del deporte también deben ser provistos de un escudo frente a las lesiones.

El confinamiento ha provocado que numerosos deportistas de élite no hayan podido continuar sus patrones de entrenamiento personalizados, por depender estos, en la mayoría de ocasiones, de un material y/o instalaciones específicas. Además, se corre el riesgo de que las rutinas que sí se han podido llevar a cabo en el domicilio hayan generado un estrés excesivo sobre ciertos grupos musculares o regiones anatómicas concretas. **Un reconocimiento médico previo permitirá una valoración sobre el estado general del deportista y la elaboración un plan de reacondicionamiento y recuperación del nivel funcional previo diseñado a medida.**

El deporte ha demostrado durante estos meses el importante papel que juega en la sociedad. Ha hecho las horas de encierro más llevaderas y ha sido una de las primeras actividades al aire libre permitidas por gobiernos en todo el mundo. Siendo responsables y pacientes, juntos conseguiremos que el ejercicio, en cada una de sus disciplinas, vuelva a traernos el mismo grado de salud, bienestar y entretenimiento que tanto hemos añorado durante nuestro confinamiento.



POR UN PLAN DE RR.PP. ACTUALIZADO

UNA APUESTA NECESARIA

El pasado ya pasó



FX Lasunción

fxl.sportsquality@gmail.com



Curiosamente, al analizar a la gestión de muchos centros deportivos - sobre todo, de entidades con muchos años de vida - nos damos cuenta que apenas hay alguno que tenga un Departamento de Relaciones Públicas, ni tampoco profesionales dedicados a fondo a cubrir esa necesidad básica para seguir creciendo en un mercado cada día más saturado de nuevas ofertas. Todo parece indicar que sólo las nuevas instalaciones se toman en serio esa necesidad y hasta llegan a disponer de personal y medios materiales idóneos para ello. Craso error, La RR.PP. son una necesidad en cualquier momento del desarrollo de una entidad, sea cual fuere la situación en que se encuentre. Lo pasado ya pasó, y las personas también, al igual que las costumbres único que va a cambiar es la forma de actuar ante los cambios sociales, costumbres, intereses y las nuevas ofertas de la competencia contra las que tenemos que competir.

Por cierto, tampoco podemos olvidar que hasta para mantener a nuestros clientes más antiguos y fieles, tenemos que mantener unas RR.PP. adaptadas a sus características cambiantes. Y si no lo hacemos, los perderemos. no sólo como clientes sino como potenciales captadores de nuevos clientes.

Está claro que nuestra sociedad está cambiando a una velocidad mucho mayor de lo que ocurría hace unos años, pues las tecnologías, los tipos de trabajo, las costumbres, las ofertas para la ocupación del tiempo

libre y los medios utilizados para satisfacer intereses y aspiraciones, así como el intercambio cultural y la vida social en general, apenas tiene similitud con lo pasado, y tampoco va a tener que ver con lo que va a suceder dentro de pocos años. Y los managers de nuestros centros, o se adaptan y se adelantas a los tiempos o sus entidades van a quedar obsoletas y para clientes de otras épocas. Es cierto que algunas estrategias y medios de RR.HH. del pasado pueden ser actualizadas, pero hay que intentarlo con una visión clara de las nuevas realidades y las futuras, y con creatividad en lo que se refiere a los medios a utilizar y las formas de actuar. A este respecto, y a título de ejemplo para provocarnos a la reflexión, recomendaría visualizar la conferencia de Elizabeth Lyle (*) y adaptar sus ideas al tema que nos ocupa.

Entiendo que el asunto de las RR.PP. no se limita al tener en la estructura organizativa una persona dedicada a ello, sino que va mucho más allá, como se podía deducir de los comentado por Ana de la Vega (**) en su calidad de directora de un gimnasio privado en el que destacó por el Programa de RR.PP. que llevo a cabo. Se trata de tener un programa o plan de actuación liderado por el director general de la entidad y en cuya implantación se cuente con las personas requeridas en cada caso, así como con los medios técnicos que permitan Diseñarlo y Gestionarlo. Pensar que sólo el director hace de Persona de RR.PP. de la entidad es un error y una limitación impropia.

CONTENIDO DE UN PLAN DE RR.PP.

Un plan de RR.PP. es mucho más que una relación de VIP a los que el directivo en cuestión debe visitar, contarles quienes somos y pedirles ayuda. Las RR.PP. van mucho más allá de tales personas, pues, el objetivo debe ser mucho más ambicioso; algo así como “integrar en nuestro proyecto a toda la sociedad”, siendo conocidos como lo que somos y hacemos, a la vez que valorados como tales, y conseguir la integración en nuestra entidad de aquellas personas que se identifican con el perfil de nuestro Público Objetivo. Y todo ello, adaptándonos a los cambios sociales que se van produciendo, para no “pasar de moda”.

Una parte muy importante de las RR.PP. son las referidas a personajes públicos y a directivos de entidades relevantes de nuestro entorno, entre las que no podemos olvidar:

- Instituciones públicas
- Instituciones sanitarias, de salud y sociales en general
- Instituciones deportivas locales
- Asociaciones cívicas relevantes
- Empresas relevantes para nuestra entidad, como las proveedoras de materiales y servicios y las que por sus características pueden ayudarnos a captar nuevos clientes, como es el caso de las que son sensibles a que sus empleados cuiden su salud y forma física
- Centros educativos
- Centros deportivos, incluyendo a aquellos sean competencia directa en algún aspecto
- Clubes deportivos
- Los colectivos de personas entre los que puede haber futuros clientes
- Medios de comunicación
- Organizadores de eventos con potenciales clientes

Complementariamente a lo indicado hay que mantener buenas relaciones con:

- Los que solicitan información sobre nuestra actividad y servicios.
- Los clientes actuales
- Los que dejaron de serlo
- Profesionales que trabajaron en nuestra entidad

ACCIONES ESPECÍFICAS DE RR.PP.

- Generación de Bases de Datos y actualización de las mismas
- Presencia continua en las redes específicas relacionadas con nuestra actividad

- Generar noticias relevantes y de interés publicando trabajos internos realizados y resultados en la mejora de la salud y forma física de los clientes. Ofreciendo tales escritos a los medios de comunicación adecuados para su posible publicación
- Desarrollar un papel relevante como expertos en las materias que nos competen (salud, rendimiento físico, vanguardismo técnico, etc. etc.)
- Realizar encuestas de opinión y captación de nuevos intereses
- Implicar a todos los componentes de la empresa en el programa o plan de acciones de RR.PP. a acometer, manteniendo conversaciones con ellos a título personal y en grupos o equipos de trabajo, para que se sientan integrados en la empresa y motivándoles con los objetivos establecidos. Incluir a todo el personal, desde las personas de recepción a las de limpieza y los técnicos de mantenimiento. Obviamente, tienen una especial relevancia aquellas personas que deben mantener conversaciones con los clientes.
- Establecer praxis en la forma de tratar a los clientes, no sólo al recibirlos en las actividades sino en el desarrollo de las mismas, al finalizar y despedirse de ellos y en ocasiones especiales como en celebraciones especiales tales como, Navidad, Año nuevo, y los aniversarios de nacimiento.
- Generar ocasionalmente medios que favorezcan las relaciones con entidades específicas, al estilo de “Bonos de Mensuales de Fitness” para acceder a nuestra entidad. Al objeto de que tales entidades los puedan regalar a su personal o a sus clientes.
- Utilización de las redes sociales y las nuevas tecnologías
- Disponer de un dossier publicitario

COMUNICACIÓN PRECISA

Comunicaciones con unos contenidos precisos derivados de la Misión de nuestra entidad, y distinguiéndose claramente de la competencia, y acorde los objetivos a corto, medio y largo plazo, así como la Cultura Corporativa y las estrategias de marketing propias. Y con unos mensajes claros, con las palabras y frases precisas, pues, lo esencial, no puede dejarse a la libre interpretación de nadie, simples, lapidarios, fáciles de entender, captar, aceptar y memorizar; con imágenes, si fuese posible, pues, como reza el dicho popular “una imagen vale más que mil palabras”. Diciendo lo que conviene decir y siguiendo un plan preestablecido y actualizado según los tiempos, a la vez que se debe adecuar a cada tipo de receptor, tratándoles de forma desigual pues no son iguales.

(*) https://www.ted.com/talks/elizabeth_lyle_how_to_break_bad_management_habits_before_they_reach_the_next_generation_of_leaders

(**) La persona de RR.PP. Ana de la Vega. Dirección Deportiva 46



IDEA

**Alberto Dorado Suárez**

Dr. en Ciencias del Deporte

Profesor de la Facultad de Ciencias del Deporte de la UCLM

MOMENTOS DE PAUSA, ¿MOMENTOS DE LA VERDAD?

Más de 60 días parados, pueden ser muy duros o pueden convertirse en una gran oportunidad para reinventar muchas cosas en nuestro ámbito de trabajo. Es cierto, que las pausas son importantes en muchas facetas de la vida. Por ejemplo, al leer, al hablar, en una canción, etc. Son momentos, en los que se para para realzar lo que viene detrás. A veces sólo es para producir un giro en el ritmo y dar más energía. Todavía recuerdo al mítico jugador de fútbol, Emilio Butragueño cuando se paraba con el balón en los pies frente al defensor y todo el estadio se quedaba en silencio porque sabía que algo mágico iba a pasar. Todos sabían que, después de dejar paralizados a 80.000 personas y a los otros 21 jugadores que estaban en el campo, la jugada empezaba a transformarse en algo increíble a partir de ese momento. Pues bien, lo que sucedía en la cabeza de “El Buitre” no era que estuviera descansando en ese instante para recuperarse de la fatiga física o mental sino más bien al revés su cerebro no paraba de “maquinar” y de fluir con una enorme creatividad para sorprender a todos con su magia y poner las revoluciones de todas las personas a mil por hora”. Algo similar nos está pasando a cada uno de nosotros, un parón o una pausa (en este caso obligada) nos ha retenido en nuestras casas más de 60 días ¿Y para que nos ha servido?, ¿Qué hemos aprendido? o ¿Qué hemos hecho? Después de la parálisis inicial, ¿qué ha sucedido? ¿nos hemos preparado para salir mejores o hemos dejado pasar el tiempo y nos hemos dedicado a descansar sin más? Las pausas pueden servir para

marcar diferencias. Ante situaciones difíciles (ya sean puntales o con una duración mayor) se pueden preparar escenarios en los que aparezcan otras facetas y las personas se conviertan en mejores que antes. En momentos de parálisis mundial como fue el hecho de ver hecho de ver en directo estrellarse varios aviones en las torres gemelas durante el 11S y que sucedió hace ya unos cuantos años, todo el mundo recuerda ¿Dónde estaban o qué hacían en ese momento en un hecho tan relevante en nuestra historia reciente? Ahora la pausa ha sido provocada por una pandemia que nadie se esperaba y la pregunta que nos haremos dentro de un tiempo será: ¿Y tú qué hiciste durante el Covid-19? Muchos lo han pasado en un shock que ha ido transformándose en ¿y ahora qué hacemos? que ha durado hasta que nos han dicho que podíamos seguir con una “nueva normalidad” y en cambio otros lo han aprovechado para reinventarse y diseñar o hacer cosas que el día a día no le permitían hacerlo. Seguro que los que han aprovechado la pausa como una oportunidad serán casos de éxito que se analizarán cuando giremos la vista y miremos para atrás. Los momentos de pausa son necesarios. A veces se provocan, otras son obligados, sin previo aviso, y aquí lo importante es la adaptación rápida y aprovechar la oportunidad. Muchos han aprovechado para formarse con multitud de contenidos que la gente con una generosidad y solidaridad increíble ha compartido o ha facilitado de manera gratuita, otros han desarrollado nuevas habilidades, muchos han cultivado algunas que

tenían un poco más aparcadas, pero cualquiera de ellos tendrá la sensación de haber pasado por un momento que le ha proporcionado nueva mentalidad de crecimiento para ellos y por ende para las entidades a las que pertenecen. Habrá sido un intervalo productivo con el que revitalizar la energía. Aprovechar bien estas situaciones pueden ser ideales para que las personas no se atrofien. Los beneficios de su aprovechamiento pueden mejorar las capacidades y el estado de ánimo con el que se vuelva. Ahora tocará volver y según el enfoque y la utilidad de la pausa se volverá a la rutina o se estará en condiciones de implementar el ritmo vertiginoso que imprimía Butragueño a sus jugadas para crear algo especial. Estamos hablando de supervivencia frente a programar un nuevo rumbo con éxito. No sirve de mucho que volvamos a las inercias anteriores sin ninguna lección aprendida, sin ser mejores que antes, de algo nos tiene que haber servido una pausa tan larga para que nos ayude a convertirnos en la mejor versión de nosotros mismos. Algunos autores hablan de que estos momentos están ahí en el día a día y es cuando la repercusión de todo es mayor. Se han denominado como los “momentos de la verdad” y los explican aludiendo a una metáfora que sucede cuando un torero se pone frente al toro y en el ruedo están los dos solos. Existe un momento en el que el silencio es paralizante. El foco está puesto en lo que va a pasar entre ellos. Ese momento cara a cara en el que están los dos solos en la arena del ruedo y parece que no hay nadie más, aunque el recinto esté a rebosar.

Es una forma muy visible con la que se refieren a que es el momento donde se la juegan. Donde cada uno tiene que emplear sus mejores recursos para salir más fuerte ante el hecho, planificado para uno e inesperado para otro. Algo parecido, nos ha sucedido. Nos han tirado de golpe a todos a la piscina (gestores, docentes, políticos, etc.) y algunos se han puesto a chapotear para salir a flote y están tratando de llegar a la orilla. Otros se han puesto a nadar de una manera diferente, en algunos casos más creativa, incorporando nuevos gestos que tenían aprendidos de antes o que han ido desarrollando durante la pausa o intervalo productivo. Seguramente lleguen a la orilla sintiéndose mejores que antes.

Volveremos al ritmo frenético de trabajo, pero debemos haber leído el mensaje que la situación nos ha mostrado y tratar de incorporarlo para el futuro. Volveremos a avanzar sin descanso, a ser productivos, a innovar, pero sin que nadie se detenga, a no parar por si nos adelantan otros, etc. pero tenemos que incorporar estos momentos de crecimiento.

Sabemos que permanecer largos periodos realizando la misma actividad puede traer graves problemas y una rutina beneficiosa es establecer bien las pausas. Por eso los momentos en los que se para son necesarios para

descansar de la actividad que se estaba haciendo y poder aliviar la fatiga física o mental pero también pueden serlo para activar otros componentes que ayuden a generar otra productividad, a inspirar la creatividad o a cambiar la actitud. Estas pausas productivas son muy recomendables y beneficiosas, especialmente cuando existe sobrecarga. El botón de pausa siempre ha estado ahí, pero se utiliza poco en el día a día. Y cuando se activa no se debe hacer para tratar de estar quietos en donde la predisposición sea estar en modo "off" sino también de dejar encendido el modo "on". Las pausas activas en el trabajo podrían ser un buen ejemplo de ello. El problema es que normalmente nadie nos ha preparado para aprovechar las pausas, ya sean cortas o de más de 60 días. Y hacerlo sería una forma de diseñar el futuro de una manera más sólida.

Esperemos que esta pausa, no se vuelva a producir de manera obligada por una recaída ya que sería una mala señal y que se produzca en el momento que decidamos nosotros de manera planificada para dar un salto de calidad. Unas pausas necesarias que el día a día no nos permite. Con las que, muchas veces, el ritmo diario no deja ver el bosque, más a allá de ir apagando los fuegos que van surgiendo. Pausas breves o no, pero planificadas, son verdaderos "momentos de la verdad" y prácticas siempre muy recomendables para conseguir nuevos beneficios.

 **FieldTurf**[®]
A Tarkett Sports Company



**LÍDER MUNDIAL EN
SOLUCIONES DEPORTIVAS.**

TARKETT SPORTS, 1 TERRASSE BELLINI - TOUR INITIALE - TSA 14201
92919 PARIS LA DEFENSE CEDEX, FRANCE
FIELDTURF.COM

RECOMENDACIONES POST COVID19 EN INSTALACIONES DEPORTIVAS



Eva Cañizares

Abogada y Gestora Deportiva

Ante la situación generada por el coronavirus, los operadores deportivos están reaccionando de muy diversas maneras. Son muchas y variadas las medidas de fidelización que estos días se están tomando para frenar la cascada de bajas que, en muchos casos, se están produciendo. Podemos destacar las siguientes:

- Clases preparadas por los técnicos de la instalación a través de multitud de plataformas digitales, no solo para adultos, también para niños, mayores y familias.
- Publicación de actividades fáciles de realizar en nuestras casa con los materiales que tenemos en ellas, por ejemplo, rutinas con el propio peso del cuerpo utilizando sillas, escobas, escaleras, pelotas,...
- Retos en las redes sociales y concursos premiando la participación de los abonados.
- Llamadas a abonados mayores para interesarnos por su salud y ayudarles si necesitan algo.

Pero qué pasará cuando volvamos a salir a la calle, cuando volvamos a quedar con los amigos, cuando volvamos a nuestros trabajos, cuando volvamos a nuestros queridos gimnasios. El consumo, después del coronavirus, estará impregnado de incertidumbre y búsqueda de seguridad. No habrá apretones de manos, ni abrazos. Solo conversación a cierta distancia y ejercicio físico.

Debemos ir preparándonos para lo que se nos viene encima, no solo económico y socialmente, también a nivel psicológico. Está claro que habrá un antes y un después del coronavirus en nuestras vidas en todos los aspectos, incluso en nuestra forma de interactuar con las personas. El recelo al contagio nos durará un tiempo y será más o menos intenso dependiendo de cuánto y cómo nos creamos las noticias con que nos bombardeen en la televisión y las redes sociales.

Por tanto, a la hora de volver al gimnasio, lo primero es guardar la calma y gestionar con cabeza la información que recibamos. A día de hoy, no hay evidencias científicas de que el virus se pueda contagiar a través del sudor o el agua. La posibilidad de que el virus se quede en el agua -ya la propia de la red está desinfectada con cloro- y de que alguien se la trague y contraiga el virus es prácticamente nula, afirman los microbiólogos.

Los gimnasios no representan necesariamente un riesgo mayor que cualquier otro espacio público pues el virus parece propagarse, principalmente, a través del contacto personal cercano con una persona infectada, cuando alguien tose o estornuda y las gotas respiratorias caen a personas cercanas.

En cuanto a la zona de aguas, aunque parece pronto realizar juicios acerca del comportamiento

38°

del coronavirus, el PWTAG (Grupo de Asesoramiento y Tratamiento de Agua de Piscinas de Salud Pública de Reino Unido) manifiesta que “el agua de la piscina sería un entorno seguro y libre de COVID-19”, por su tratamiento con cloro.

Según recomendaciones de la OMS, antes de poner en marcha la piscina deberemos hacer una hipercloración de 15mg/l y un ajuste paramétrico del agua y, posteriormente y antes de su apertura, tomar una muestra de agua para que sea analizada en laboratorio y así estar tranquilos de que nuestra piscina está sana y libre de patógenos.

Aunque esto parece tranquilizador, han de tenerse en cuenta también otros factores sanitarios en las piscinas y las medidas higiénicas deben ser lo más exhaustivas posible tanto por los usuarios como por el centro.

Por parte de los usuarios, como ya se pedía antes del brote, y ahora en mayor medida, será indispensable ducharse antes y después de utilizar la piscina (enjuagarse en la ducha solo un minuto ayuda a deshacerse de la mayoría de los residuos presentes en el cuerpo), desinfectarse las manos antes y después de tocar cualquier elemento del entorno de la piscina -como escaleras, barandillas, etc.- y mantener las prácticas de distanciamiento social en vasos, duchas y playas. Resulta también de importancia el lavado y desinfección de bañadores y cualquier accesorio de baño empleado.

Por el centro, se deberán implementar medidas extraordinarias de higiene para garantizar la seguridad de los nadadores, lo cual incluye analizar -con más frecuencia de la habitual hasta ahora- el PH del agua y los niveles de los desinfectantes de la piscina, hacer más análisis bacterianos, limpiar y desinfectar con más frecuencia los objetos y superficies de contacto

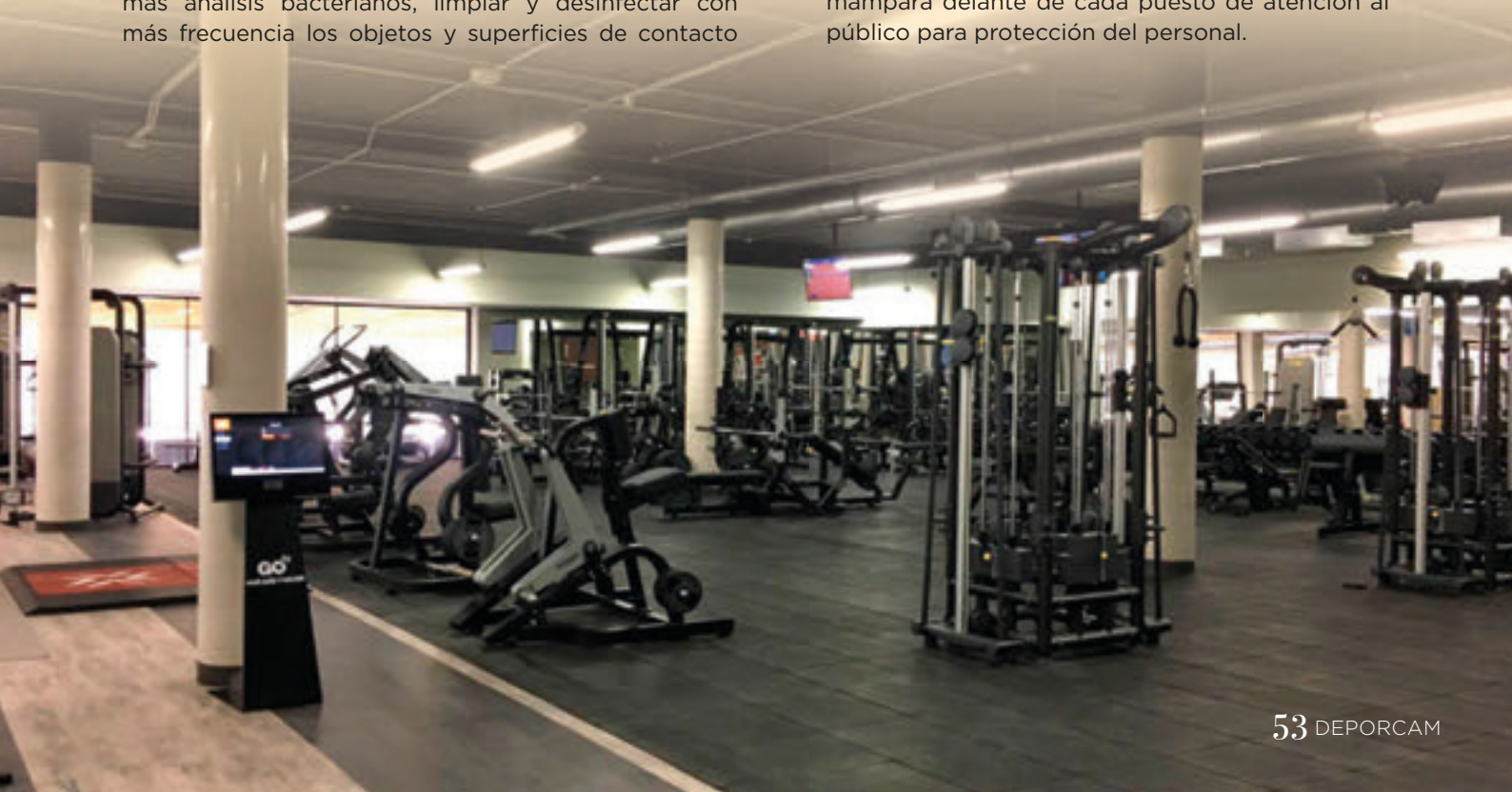
en el entorno de la piscina, cumplir con las directrices de las Autoridades Sanitarias en todo momento y hacerlas cumplir por trabajadores y usuarios. Además, precisamente porque no se conocen los efectos exactos del calor sobre el coronavirus, se recomienda mantener cerrados, por el momento, saunas y baños turcos.

En lo que respecta al resto de la instalación, la OMS considera que el riesgo de infectarnos por contacto con objetos es bajo. No se sabe con certeza cuánto tiempo sobrevive el virus causante de la COVID-19 en una superficie, pero parece comportarse como otros coronavirus, pudiendo subsistir en una superficie desde unas horas hasta varios días. En cualquier caso, el virus se elimina de forma sencilla con limpieza y desinfección del material.

La clave, por tanto, está en la limpieza y en las medidas de higiene y seguridad que adoptemos. Por parte del usuario, procurar ir a las horas de menos actividad y limpiar las máquinas y material deportivo antes de su uso -puede utilizar sus propias toallitas desinfectantes-, así como limpiarse las manos con agua y jabón antes y después de utilizar el material y evitar tocarse la cara en lo posible.

Por parte del centro, además de extremar la limpieza, podrían implementarse otras medidas de protección y seguridad tales como:

- Colocar letreros por toda la instalación para recordar a los usuarios la obligación de cumplir las medidas de higiene y protección.
- Poner bandas en el suelo de recepción que marquen las distancias mínimas entre personas que esperan en el mostrador.
- Colocar algún material plástico a modo de mampara delante de cada puesto de atención al público para protección del personal.



- Dotar de mascarillas y guantes a los trabajadores de recepción, así como sería interesante también proporcionarles toallitas desinfectantes para que limpien los teléfonos y demás útiles antes y después de su uso.
- Recomendar el pago con tarjeta para evitar, en la medida de lo posible, el contacto con monedas y billetes.
- Eliminar los accesos por tornos mediante huella. Limitarlos a pulseras, tarjetas u otros medios que no precisan del contacto físico.
- Dotar de los correspondientes epis a trabajadores de limpieza y mantenimiento, así como mascarillas y guantes al resto de trabajadores.
- En los vestuarios, colocar dispensadores de antisépticos y limitar los aforos, por ejemplo anulando un porcentaje de las taquillas, las duchas y lavabos de tal modo que se cumplan entre ellos las medidas de distancias requeridas.
- Evitar todo contacto físico entre usuarios y personal.
- Dejar fuera de servicio las taquillas de los pasillos para evitar aglomeraciones y cuellos de botella en zonas de paso.
- Limitar aforos en salas y clases colectivas a través de sistemas de reservas online y, si no se dispone de ellos, por ejemplo, delimitando en el suelo con vinilo los sitios en los que deberán colocarse los usuarios y espaciando la maquinaria que no cumpla con el 1,5 m mínimo de separación.
- Evitar actividades de contacto.
- Aumentar el tiempo entre clases para poder realizar su limpieza de manera más exhaustiva, sobre todo en los espacios de estudio (ciclo, cuerpo-mente, etc.).
- Con respecto al uso del material y el equipamiento deportivo, uso obligatorio más que nunca de toallas por los usuarios -con lo que nos ha costado hasta ahora, por fin se van a concienciar de la importancia de su uso-. Es recomendable que el usuario traiga su propia esterilla. Como ya he dicho al principio, no existen evidencias de que se transmita el virus por el sudor, pero todos

debemos ser cuidadosos y dejar siempre en buen estado las máquinas y material que utilizemos.

- Muy importante, proteger a nuestros mayores como colectivo más vulnerable al contagio, diseñando clases y talleres específicos para ellos en determinadas franjas horarias y así evitar su contacto con otros usuarios.

Asimismo, es muy importante recalcar que es responsabilidad de todos (trabajadores y usuarios) evitar acudir al gimnasio si se presentan síntomas respiratorios o se ha estado en contacto con posibles afectados por el coronavirus.

Por último, aunque los gimnasios se enfrentan a la incógnita de cómo reaccionarán los usuarios cuando se supere la pandemia y a un posible cambio de los hábitos sociales de realizar actividad física, en mi opinión, es momento de contener el gasto pero sin reducir servicios ni calidad en la medida de lo posible, aunque la crisis nos prive de un buen número de usuarios y, en muchos casos suponga una reducción considerable de beneficios. Creo que la mayoría de los abonados volverá escalonadamente a nuestros gimnasios. No en vano, el factor 'espíritu de comunidad' es muy potente en nuestra sociedad.

Sobrevivirán aquellos gimnasios que gocen de una estructura financiera fuerte, que sean capaces de fidelizar a los usuarios y de satisfacer las nuevas necesidades que éstos planteen.

Por tanto, debemos reflexionar qué podemos hacer para sobrevivir y superar la crisis, y se hace indispensable diferenciar lo principal de lo accesorio, lo que lleva, irremediablemente, a un cambio del modelo de gestión. Al enfrentarse a un fenómeno vivo y en cambio constante, las marcas tendrán que aumentar su capacidad de transformación y adaptación, no solo de sus estrategias sino incluso de sus modelos de negocio.

Debemos ser conscientes de lo que vendrá después, imaginar cómo puede quedar el sector y replantearnos la búsqueda de nuevos servicios, nuevos mercados y nuevos productos que nos permitan continuar una exitosa gestión cuando termine la crisis.



Comunidad
de Madrid



PRACTICA TU DEPORTE
FAVORITO, **FEDERADO.**

EL DOCUMENTO FEDERATIVO NACIONAL ES EL
ÚNICO VÁLIDO EN LOS ESTAMENTOS OFICIALES,
"R.F.E.J.Y.D.A." Y "C.S.D."




FEDERACIÓN
MADRILEÑA DE JUDO
Y DEPORTES ASOCIADOS

- JUDO
- JIU-JITSU
- AIKIDO
- WUSHU
- KENDO
- DEFENSA PERSONAL

Federación Madrileña de Judo Y D.A.

Calle León, 59, 28670 Villaviciosa de Odón, Madrid

 www.fmjudo.es

 91 616 60 27



www.noris.es

MATRIX

A woman with blonde hair in a bun is using a Matrix Glute Trainer machine in a gym. She is lying on the machine, which is black and red. Her feet are on a platform, and she is holding a handle with both hands. The machine has a weight stack with a 10kg weight visible. The gym has large windows in the background.

CÓMODO, ESTABLE Y EFECTIVO

MATRIX GLUTE TRAINER

El entrenamiento de glúteos nunca había sido tan popular, y gracias a Matrix tampoco tan cómodo, accesible y efectivo como ahora. La avanzada biomecánica maximiza la activación de los glúteos e isquiotibiales, imitando el empuje de barra de cadera sin la dificultad e incomodidad de las pesas libres. Completa la oferta de tu zona fitness con un entrenamiento de glúteos de alta intensidad.

Descubre más y echa un vistazo a la nueva Glute Trainer en acción en www.matrixfitness.es