

DEPORcam

LA REVISTA DEL CÍRCULO DE GESTORES



NÚMERO 57

EDITA INGSPORT

Entrevista a Jorge Garbajosa

Presidente de
la Federación
Española de
Baloncesto



ARTÍCULO

JUAN ANDRÉS HERNANDO:
UNIVERSO VS. METaverso.
¿UN CAMBIO DE PARADIGMA?

PÁGINAS CENTRALES

FOTOGRAFÍA DEL MOVISTAR
ESTUDIANTES

ENTREVISTA

ROSA DE TAPIA,
PRESIDENTA DE COPLEF MADRID

TU PARTNER GLOBAL DE CONFIANZA



Vestuarios



Spa



Sala Fitness



Funcional



Fitboxing



Cross Training



Clases Colectivas



Cardio



Racks



Outdoor

THOMAS
WELLNESS GROUP

www.thomas.es

Sumario



Editorial **5**

Autoestima, imagen corporal y ejercicio físico **6**

Perspectivas de análisis de un evento deportivo. impacto mediático vs. impacto económico **8**

Noticias del Círculo de Gestores Deportivo de Madrid **10**

La otra manera de influenciar a la sociedad. Por un consumo responsable en el deporte **12**

La personalidad del dirigente de instalaciones deportivas **14**

Los amantes de la gestión del deporte se preparan para el CIED12, el congreso anual más relevante del sector en España **16**



Unir, la Universidad del Atlético de Madrid **19**

Noticias de Matrix **20**

Fitaverso, nueva oportunidad en el espacio digital **22**

Entrevista a Jorge Garbajosa, presidente de la FEB **24**

Ofertas de empleo en el sector **27**

Fotografía del Club Movistar Estudiantes **28**

Universo vs Metaverso, ¿un cambio de paradigma? **30**

Noticias de la FBM **33**

Lesiones de los meniscos. Cuando operar y cuando no **34**



Entendiendo la motivación **38**

Actividad física en la infancia: La iniciación progresiva en el deporte, en sus beneficios y en sus valores **40**

Buscando un icono para los eventos deportivos madrileños **42**

Más allá del trabajo en red para la promoción de la actividad física y la salud **46**

¿Cómo afecta la crisis energética a los consumidores de servicios deportivos y a su seguridad? **48**

La promoción de valores en el deporte en edad escolar **50**

Entrevista a Rosa de Tapia, presidenta de COPLEF Madrid **52**



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 Dr. Alfonso Arroyo, Dr. Pablo Burillo Naranjo, Dr. Fernando de Andrés, Dr. Álvaro Fernández Luna, Carlos Delgado, Dr. Alberto Dorado, Dra. Leonor Gallardo, César Navarro, Ignacio Zambrana

Diseño y realización Carlos A. Ayuso

Impresión Figurex Madrid SL

Depósito Legal M-12557-2011
ISSN Versión impresa: 2792-6656
ISSN Versión en línea: 2792-6664

CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS

Presidente D^a. Milagros Díaz Díaz

Vicepresidente D. Benito Pérez González

Secretario D. Carlos Delgado Lacoba

Tesorero D. Manuel Gutiérrez Landaluze

Vocales

D. Antonio Montalvo del Amo
D. Lucas Eduardo Peñas Gómez
D. Rafael Gutiérrez Guisado
D. Luis Nieto Orihuela.
D. José Antonio Sevilla Torrecilla.
D. Fernando Andrés Pérez.
D. Francisco José Cuevas Morales
D. Ricardo de las Heras Baraja
D^a Alicia Martín Pérez
D. Manel Valcarce Torrente
D. Pablo Sánchez Buján



La marca de la gestión forestal responsable





Bienvenido a un
entorno seguro

En GO fit tratamos el aire de manera inteligente y constante con filtros HEPA Absolute como los de un quirófano. Conseguimos un aire 99,99% libre de virus, bacterias y contaminación.

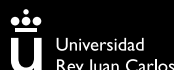
Respira con total seguridad con aire puro, limpio y sano



Aire más puro, limpio y sano que en la calle

- Aire hasta un 50% mejor que la calidad del aire de la calle
- Filtros HEPA Absolute como los de un quirófano
- Ventilación y renovación del aire en tiempo real
- Monitorización en tiempo real de las concentraciones de CO₂ y micropartículas

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



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

**Benito Pérez González***Director de Deporcam**Profesor de UNIR*

¡ACTIVIDADES DEPORTIVAS AL 10 % DE IVA, YA!

Como en anteriores números, **Deporcam** reúne la libre opinión de los gestores del deporte sobre los más variados temas, desde lo más clásico a lo más actual, como los dos artículos sobre el metaverso y el fitaverso. A todos ellos, gracias. Especialmente a nuestros dos entrevistados, Jorge Garbajosa, protagonista de nuestra portada, que nos ha hablado sobre la gestión de la Federación Española de Baloncesto, y Rosa de Tapia, presidenta del COPLEF nos ha mostrado su habitual entusiasmo para defender la labor profesional de sus representados.

En las páginas centrales les mostramos la tradicional fotografía de los 2000 miembros de la gran familia del **Movistar Estudiantes** que nos dejan un mensaje que también compartimos los que hacemos esta revista.

Desde **Deporcam** somos sensibles a la particular coyuntura que el sector del fitness ha pasado durante estos últimos años, llenos de dificultades, y que han lastrado las posibilidades de equilibrio financiero que esta actividad empresarial debería mantener. Y ahora cuando parecía que la pandemia se convertiría en un mal sueño, aparecen otras dificultades como son los costes desorbitados de los gastos energéticos que hay que asumir en la explotación de las infraestructuras deportivas.

Sin duda es el momento de que desde el gobierno se muestren sensibles a estas dificultades y restituyan el IVA de esta actividad al que existía en el 2012, siendo aquel del 8 %, aunque actualmente el IVA reducido es del 10 %, que sin duda es el que merece esta actividad que incide en la mejora de la salud de nuestros ciudadanos.

¡ACTIVIDADES DEPORTIVAS AL 10 % DE IVA, YA!

Autoestima, imagen corporal y ejercicio físico

¿Cómo conseguir el equilibrio?



Paula del Villar

Psicóloga sanitaria.
Especialista en Psicología
del deporte y de la salud.

El cambio social vivido en los últimos años ha llevado a que muchas personas incorporen el ejercicio físico y la práctica deportiva para mejorar su salud y bienestar.

Sin embargo, cuando el objetivo de realizar ejercicio físico es el culto al cuerpo, se puede volver un problema. En la actualidad, pasamos mucho tiempo delante de las pantallas a través de las redes sociales, dónde se bombardea con imágenes de hombres musculados y mujeres delgadas, que se toman como referencia y modelo a imitar. Se ha interiorizado la creencia de que, para triunfar, tener éxito y poder, tienes que ajustarte a un canon de belleza concreto, y no conseguirlo genera insatisfacción, frustración o inseguridad.

El uso de las redes sociales ha supuesto un cambio en la comunicación, donde interactuamos, compartimos, recibimos comentarios y *likes*, obteniendo un refuerzo social. Hemos aprendido a que cuanto más nos parezcamos a esas personas que admiramos y tenemos como modelo de referencia más exitosos seremos. Esto nos genera bienestar a corto plazo e influye en nuestra autoestima, ya que actúa como refuerzo positivo que mantiene la conducta.

Observamos un crecimiento exponencial en los últimos años de los trastornos de alimentación, autoestima o ansiedad. Se considera que es un problema cuando los síntomas se mantienen en el tiempo, suponen una alteración del comportamiento y/o del pensamiento y limitan la vida de la persona que lo padece influyendo en el resto de las áreas.

¿Qué indicios muestra que la relación con la imagen no es sana?

En primer lugar, cuando observamos alteraciones

en la rutina de la persona, como cambios de horario, tipo de actividades que realiza, duración del tiempo de actividad o cambios en las pautas de alimentación. En ocasiones, puede desencadenar vigorexia, donde la persona está obsesionada por realizar ejercicio en exceso y conseguir un cuerpo musculado. Asimismo, puede suponer alteraciones en el ciclo circadiano y ritmo de sueño-vigilia. Otro aspecto para tener en cuenta son las alteraciones en el estado emocional, donde la persona puede experimentar aumento de ira, enfado, nerviosismo o cambios bruscos que van de la tristeza a la euforia. En estos casos, los pensamientos relativos a la comida y/o al ejercicio se vuelven obsesivos y se realizan conductas compulsivas para eliminar el malestar. También, se puede observar que el foco atencional está centrado en estímulos relacionados con la comida, aumentando el valor y deseo de ciertos alimentos que puede llevarnos a trastornos de alimentación como anorexia, bulimia, ortorexia o trastorno por atracón. Por último, los cambios atencionales pueden verse reflejados en conductas de chequeo de sensaciones corporales, en las que mientras realizamos ejercicio físico fijamos la atención en los cambios que observamos perdiendo la capacidad de disfrute del momento en sí.

Estas conductas se mantienen en el tiempo porque actúan como mecanismo de control. Cuando la imagen o percepción de nuestra identidad está determinada por el *feedback* que recibimos de lo que compartimos en redes sociales es cuando nuestra salud física y psicológica puede verse afectada.

Es habitual encontrarnos con un aprendizaje centrado en el resultado y en los logros, y no en el proceso. El problema viene cuando realizamos las acciones, guiados por la motivación extrínseca: refuerzo, aprobación, logros u opinión de los demás. Para disfrutar de las actividades deportivas y convertirlo en *hobby*, debemos tener motivación intrínseca, donde el mero hecho de realizar la actividad ya supone placer o bienestar para la persona, sin necesidad del reforzamiento externo.

Además, vivimos en la era de la inmediatez y queremos todo ya, lo que puede llevar a la frustración de no conseguir los objetivos de forma rápida. Es importante cambiar el foco, centrarnos en el proceso y analizar los motivos que me llevan a realizar la práctica.

¿Cómo tener una buena relación con nuestra imagen a través de la práctica deportiva?

El deporte es una práctica beneficiosa para la salud, y es importante analizar el motivo de la práctica. Sería recomendable contar con el seguimiento y apoyo de un psicólogo, así como de una correcta planificación por parte de un

entrenador. En este sentido, habría que enfocar la práctica como una pauta de autocuidado, con el fin de mejorar su bienestar, autoestima y percepción de uno mismo. El objetivo de la práctica deportiva nunca será conseguir un cambio en aquello que quiere modificar. Es decir, que el deporte no sea un medio para modificar el problema percibido, sino un medio para mejorar la calidad de vida. Asimismo, el deporte puede ayudar a incrementar los niveles de hormonas relacionados con la felicidad, lo que ayuda a la recuperación.

Por tanto, se trata de educar y formar a la persona en el cuidado saludable de su cuerpo. Es importante analizar previamente motivos por los que quiere ir al gimnasio y tener un plan de acción regulado. Es relevante ayudarle a cambiar el foco y centrarse en el proceso y no en el resultado. Entender que su autoestima y autoconcepto no se basa en su aspecto físico y que lo más importante es que esa persona se sienta bien consigo mismo y no dependa de la validación de su entorno y disfrute de la práctica deportiva en sí misma.

.....

Fiscal | Legal | Outsourcing

“Let’s navigate the challenges together.”

Con una amplia y dilatada experiencia en servicios corporativos y con los medios tecnológicos más avanzados en España, los servicios del área de Business Services Outsourcing (BSO) de BDO aportan una visión integral de los problemas que afrontan las compañías en la gestión del día a día, así como soluciones específicas adaptadas a las necesidades cambiantes de los negocios, donde la externalización de determinadas funciones contables, financieras o laborales, permite a la empresa centrarse en la actividad principal de su negocio para competir en la coyuntura actual.

► bdo.es/servicios/outsourcing

EXCEPTIONAL CLIENT SERVICE
ALWAYS AND EVERYWHERE

91.054 personas 1.658 oficinas 167 países
Auditoría & Assurance | Advisory | Fiscal y Legal | Outsourcing

BDO Abogados y Asesores Fiscales de España es una sociedad limitada española independiente. Es miembro de la red internacional de BDO, constituida por empresas independientes asociadas de todo el mundo, y operada por BDO International Limited, una compañía limitada por garantía del Reino Unido.

BDO

PERSPECTIVAS DE ANÁLISIS DE UN EVENTO DEPORTIVO. IMPACTO MEDIÁTICO VS. IMPACTO ECONÓMICO



Álvaro Fernández Luna

Profesor Titular de Gestión Deportiva
Universidad Europea

Hace una semana se celebró un partido de la selección española de fútbol en la maravillosa ciudad de A Coruña. El resultado deportivo fue igual de estupendo: 5-0 para el combinado nacional que se enfrentaba a la selección de Islandia. Pero mejor aún fue el resultado para la ciudad anfitriona, que en palabras de su alcaldesa reportó un valor publicitario de 13 millones de euros¹.

Esta cifra se ha calculado en función de la audiencia de 2,7 millones de espectadores y de la publicación de 900 noticias de diferentes medios. Nadie pone en duda este número, pero estamos hablando de impacto mediático, no de impacto económico. Y desgraciadamente se está convirtiendo en una práctica habitual y observable en los últimos años, tanto en noticias como en informes oficiales hechos por entidades consultoras, que ambos datos se traten de manera semejante, cuando no tienen nada que ver.

En palabras de los profesores y expertos en economía del deporte Ángel Barajas, Jesyca Salgado y Patricio Sánchez del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Vigo mezclar el impacto económico directo de un evento con un supuesto gasto en publicidad (para promoción de la ciudad anfitriona en este caso) “carece de fundamento”. Estos investigadores también son autores del artículo “Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos” publicado en la

prestigiosa revista “Estudios de Economía aplicada” y del que ya hice mención en un número anterior de *Deporcam* y que recomiendo encarecidamente al lector².

Estos mismos profesores inciden en que para evaluar el impacto económico de un evento es necesario “conocer los costes y los ingresos”, analizando los últimos a través de encuestas a los asistentes que vienen de fuera de la ciudad a presenciar el evento y a hacer gasto en el municipio. Mientras que el impacto publicitario se mide en función de los “Gross rating points” o el equivalente al precio publicitario en una determinada franja horaria con una determinada audiencia, el impacto económico nos da unos datos más objetivos del verdadero beneficio real económico en base a los gastos efectuados por los asistentes durante el desarrollo del evento, y que es lo que se debe equiparar a los costes asumidos por las entidades públicas.

Por tanto, es perfectamente lícito mostrar el éxito de un evento a nivel mediático tras su evaluación, pero esto nunca se

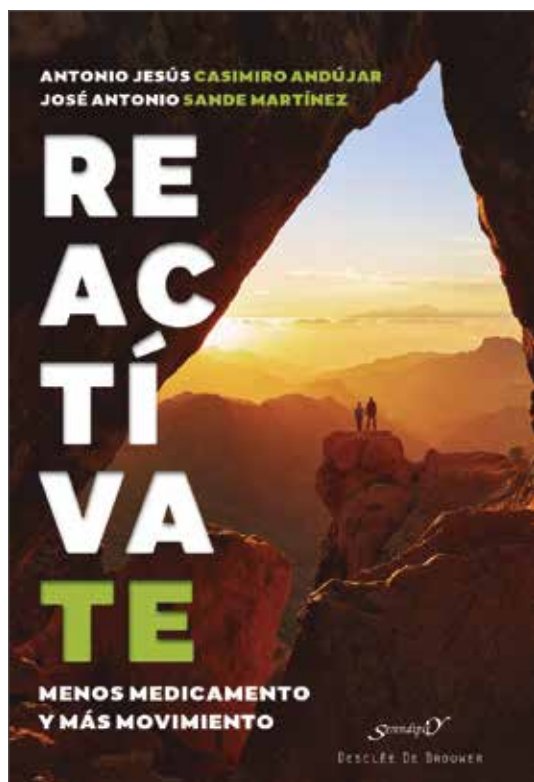
podrá traducir en un impacto económico para la ciudad. Lo conveniente para el gestor de estos eventos es llevar a cabo las dos evaluaciones y obtener informes en documentos (o secciones de un mismo documento) independientes. Sólo así podemos ver la foto completa del y no generar una “engañifla” como indicaba en twitter otro gran profesor de economía del deporte y amigo en twitter al respecto de esta noticia.

REFERENCIAS

1. Mundiario (31 de Marzo de 2022). Un evento deportivo debe evaluarse en términos de ingresos y gastos.

<https://www.mundiario.com/articulo/deportes/evento-deportivo-debe-evaluarse-terminos-ingresos-gastos/20220331190205239184.html>

2. Barajas, A., Salgado, J.; Sánchez, P. (2021). Problemática de los estudios de impacto económico de eventos deportivos. *Estudios de economía aplicada*, 30(2), 441-462.



novedad febrero 2022

Reactívate: menos medicamento y más movimiento

Antonio Jesús Casimiro Andújar

José Antonio Sande Martínez

ISBN: 978-84-330-3169-3

Páginas: 384

Formato: 140 mm x 210mm

Encuadernación:

Rústica con solapas

Colección: Serendipity

21,15€ sin IVA - 22€ con IVA

¿Es el deporte una moda o una necesidad? ¿Es locura o cordura ver a infinidad de personas practicando ejercicio físico en parques, montañas o gimnasios? ¿Lo hacen para evadirse o para encontrarse, por salud o por mejorar aspectos estéticos? ¿Qué sienten en lo más profundo de ellos mismos? De todo ello reflexionamos en estas páginas. Multitud de publicaciones avalan los beneficios físicos, fisiológicos y psicológicos del ejercicio físico para la salud de las personas, pero este libro va más allá, intentando profundizar en los aspectos emocionales y espirituales vinculados al deporte. Cada día es más evidente la importancia del desarrollo de la salud emocional, fundamentalmente por las carencias en educación emocional desde la infancia y su relación con la práctica deportiva.

Este libro supone la comprensión del ejercicio físico y el deporte como una herramienta excepcional para el equilibrio emocional, personal y relacional, así como para la pacificación de la mente, las emociones y el espíritu. Reactivarse es emocionarse y cargarse de energía a través del movimiento consciente (e-motion), para poder iluminar tu camino y dar luz a los demás, incrementando el autoconocimiento y la autocompasión. No hay mejor modo para estar bien con los demás que estar bien con nosotros mismos.

Sin duda, un libro imprescindible en la biblioteca de quien quiera crecer como persona.



Antonio Jesús Casimiro Andújar Licenciado y Doctor en Educación Física. Profesor titular de la Universidad de Almería. Preparador físico y coach personal de deportistas de alto rendimiento. Premio extraordinario de tesis doctoral. Es autor de numerosos libros y publicaciones. Director de varias tesis doctorales y proyectos de investigación, conferenciante habitual en diferentes eventos nacionales e internacionales, así como consultor en numerosas empresas e instituciones para la promoción de programas de actividad física y salud holística, equilibrio psico-físico, educación emocional y valores a través del deporte, envejecimiento activo... www.activatelavida.com

José Antonio Sande Martínez. Maestro de Educación Física y terapeuta emocional con larga trayectoria docente en el ámbito público y privado. Dedicado al mundo de la docencia y de la terapéutica, transmite su conocimiento en clases, conferencias y redes. Ha escrito una docena de libros sobre el mundo emocional y sobre la terapia emocional con Flores de Bach. www.terapiafloralnoray.com

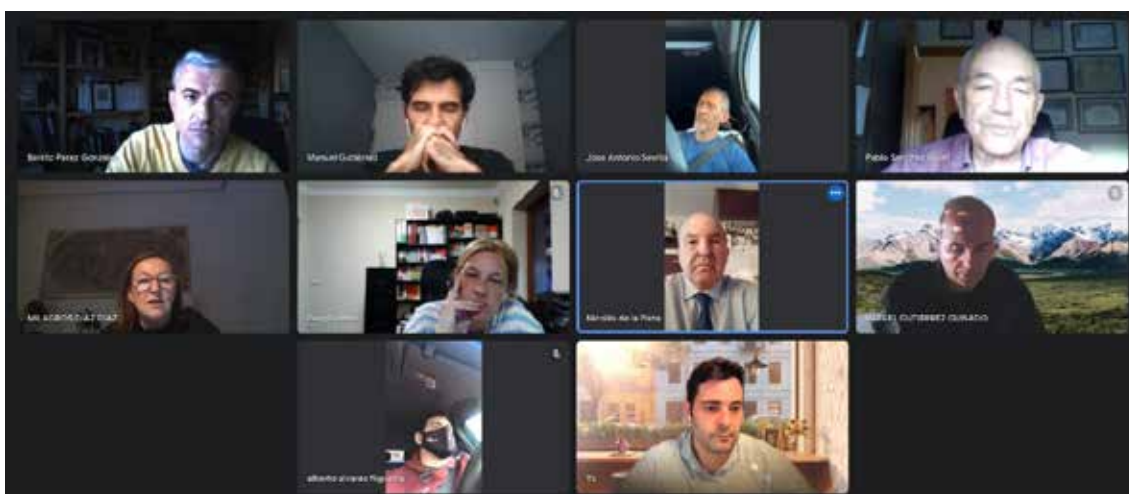


Reunión virtual de la Junta Directiva del Círculo de Gestores el 22 de Febrero.

El pasado 22 de febrero ha tenido lugar una nueva reunión de la Junta Directiva del Círculo de Gestores, a través de medios virtuales.

En el orden del día se han abordado diferentes temas en relación con las próximas actividades del Círculo, el estado económico y las diferentes acciones de gestión realizadas con anterioridad.

Nos mantenemos activos y con la vista puesta en seguir profesionalizando y mejorando el sector de la gestión deportiva.



Entrevista a Milagros Díaz, presidenta del Círculo de Gestores Deportivos de Madrid, en la revista CMDsport

Milagros Díaz, presidenta del **Círculo de Gestores Deportivos de Madrid**, ha concedido una entrevista a la revista **CMDsport**. Este año cumple una década al frente del Círculo de Gestores, siendo elegida en 2012 y reelegida en 2021, por lo que su mandato se extenderá hasta 2024. Además, es vicepresidenta de Fagde y directora general de deportes del Ayuntamiento de Alcobendas.

En esta entrevista, Milagros Díaz repasa los últimos años y la actualidad del sector deportivo, especialmente las consecuencias de la pandemia de COVID-19 y las restricciones al sector. Además, realiza un balance del último año 2021 en la Comunidad de Madrid, de la colaboración público-privada existente en Madrid en muchas instalaciones deportivas y de los años que ha estado como presidenta del Círculo de Gestores.



Más información y asociación al Círculo aquí:
www.circulodegestores.com

MATRIX
Strong • Smart • Beautiful

AOSSA^{SPORTS}



Universidad
Europea

etone

MOVPE SPORT
ESTABLISHMENT SPORT COMPANY

ISABA.
play your difference

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

www.circulodegestores.com

email info@circulodegestores.com

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

t @CirculoGestores



La otra manera de influenciar a la sociedad.

Por un consumo responsable en el deporte



Dr. Jairo León-Quismondo

Director MBA y Profesor de Gestión Deportiva
Escuela Universitaria Real Madrid-Universidad Europea
jairo.leon@universidadeuropea.es

¿Hasta qué punto puede el deporte influenciar el comportamiento de los consumidores o de los fans? ¿Qué rol pueden asumir las empresas encargadas de prestar servicios deportivos para estimular una conciencia de consumo responsable entre sus clientes? Una reflexión por un consumo responsable en el deporte.

La industria del deporte es una de las más influyentes del mundo. La gran visibilidad que generan, tanto grandes firmas deportivas como grandes eventos deportivos, hace que este sector sea uno de los más poderosos en términos de notoriedad.

Resulta paradójico que el número de empresas deportivas y de centros deportivos haya aumentado notablemente en las últimas décadas, mientras que los niveles de sedentarismo estén evolucionando hacia unos niveles cada vez más preocupantes. A pesar de las tasas de inactividad física actuales, el deporte sigue siendo un motor para un porcentaje importante de la población mundial.

Los departamentos de marketing de las grandes firmas deportivas pueden ser vehículos enormemente potentes para generar cambios sociales positivos (y negativos) en los ciudadanos. Así pues, su poder de influencia y persuasión hace posible que fomenten un cambio para el bien social, también conocido internacionalmente como el *social good*. Si bien los estados miembros de las Naciones Unidas impulsaron 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Figura 1), en estas líneas nos centraremos concretamente en el objetivo número 12: la producción y el consumo responsable (objetivo 12).

En el sector deportivo, tenemos diversos ejemplos que fomentan el consumo

responsable. Este consiste, entre otros, en sensibilizar y generar conciencia de la importancia que tiene mantener comportamientos de consumo socialmente responsables y susceptibles de ser mantenidos en el tiempo. Ahora bien, ¿qué casos tenemos en el sector deportivo que ejemplifiquen esta contribución al ODS número 12?

Gran liga con grandes compromisos

Uno de ellos es el caso de la **National Football League (NFL)**. La liga más rentable y valiosa del mundo ha introducido varios cambios en las últimas décadas. Entre ellos, la reducción del impacto medioambiental en los recintos deportivos, de sus franquicias y de los eventos que celebra. Principalmente, los programas de sostenibilidad medioambiental están relacionados con la gestión de residuos, reducción de gases de efecto invernadero, fomento de los materiales reutilizables, recuperación y aprovechamiento de alimentos o donaciones. El mejor ejemplo lo vemos en el Lincoln Financial Field, de los Philadelphia Eagles, que aplica lo anteriormente mencionado en su recinto deportivo mediante el programa denominado *Go Green*. También destaca el Mercedes-Benz Stadium de los Atlanta Falcons, convirtiéndose en el primer recinto deportivo profesional en los Estados Unidos en alcanzar la certificación *LEED Platinum* (el máximo nivel de los cuatro posibles: *Certified, Silver, Gold y Platinum*).

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Figura 1
Objetivos de Desarrollo Sostenible. Fuente: Naciones Unidas

Centros fitness para todos

Por otro lado, encontramos el caso de **Planet Fitness**, la empresa líder de centros fitness con sede en Estados Unidos con más de 15,5 millones de socios. Ellos mismos se autoproclaman como una zona libre de juicios, donde cualquier persona puede ejercitarse sin ningún tipo de intimidación. Todos sus centros cuentan con una alarma a modo de sirena que emite un potente sonido cuando cualquier cliente se comporta de un modo intimidante (por ejemplo, soltando las mancuernas de manera violenta o emitiendo gritos que no son coherentes con el esfuerzo físico que están realizando). Esta iniciativa es parte de una visión más amplia que trata de compartir el *bullying* y el juicio en la sociedad actual, proporcionando espacios emocionalmente seguros, principalmente a los más jóvenes.

Triple acción para un evento internacional

Por último, cabe destacar la labor del **Tour de France**, organizado por *Amuary Sport Organisation* (ASO), que actualmente pone en

práctica diferentes estrategias. Una de ellas es su compromiso con la sostenibilidad ecológica, fundando en 2017 y junto con otros organismos, la carta de 15 compromisos ecológicos, impulsada por el Ministerio de Deportes de Francia. Otra de ellas es la estimulación del uso de bicicletas como principal modo de transporte en personas de todo el mundo. Por último, también contribuye con regulaciones específicas “en ruta”, incluyendo una reducción progresiva en el número de vehículos de la caravana del Tour, vehículos eléctricos o eliminación de envases de plástico.

Como ha quedado de manifiesto, las organizaciones deportivas tienen capacidad para generar una conciencia de cambio. Ahora bien, resulta imprescindible que las acciones sean comunicadas a través de los correspondientes departamentos de marketing. De esta manera, las acciones serán comprendidas por el público, creando así una conciencia de consumo responsable entre los ciudadanos.

LA PERSONALIDAD DEL DIRIGENTE DE INSTALACIONES DEPORTIVAS



FX Lasunción

fxl.sportsquality@gmail.com

A lo largo del tiempo en que se han ido implantando las nuevas instalaciones deportivas municipales, ha sido algo común la contratación para su gestión a licenciados del INEF en calidad de expertos en el desarrollo de las actividades físico deportivas y el acondicionamiento físico orientado a la mejora de la salud. Habiéndose generado en muchos casos la costumbre de calificarlos o considerarlos más como directores técnico-deportivos que como Gestores o Dirigentes de Entidades o Empresas. Cosa que tiene como consecuencias el que no pocos directores se consideren así mismos y se comporten como directores técnicos.

Es evidente que el crecimiento de la importancia de las instalaciones o Centros deportivos está haciendo que cada día más se consideren empresas, no meras instalaciones deportivas, y por tanto, entidades equiparables a cualquier entidad comercial o social que acostumbra a ser gestionada por un equipo profesional constituido por una dirección técnica y una dirección general o Gerencia. Cosa que a los clásicos directores nos debiera conducir a plantearnos la conveniencia de asumir un cambio de actitud e imagen pública ante los clientes, el personal y la sociedad en general, pues estamos por encima de la simple dirección técnico-deportiva. Por ello tendríamos que dejar de mostrarnos como expertos en la actividad física para pasar a serlo de la Gestión de Entidades Deportivas. Y eso es un reto que exige tomar conciencia plena de ello y el aplicarnos a conseguirlo generando una Imagen Profesional ad hoc. Obviamente, no son pocos

los que han emprendido ese camino hacia el crecimiento profesional y el Nuevo ROL PROFESIONAL, por la vía que las propias experiencias y circunstancias le han marcado, acorde con los nuevos tiempos y el futuro, siendo un ejemplo para los demás. Pero el reto está en conseguir que todos asumamos ese cambio de status profesional, y se nos ofrezcan medios para lograrlo.

COSAS A CAMBIAR

Bien podríamos decir que ese nuevo rol exige adquirir una nueva imagen y, por tanto, dejar claro de su diferenciación respecto a los demás profesionales de la entidad, cosa que comienza por la simple APARIENCIA EXTERNA, esto es, por la forma de hablar y tratar a empleados y clientes, las expresiones, la vestimenta, las posturas, el peinado, los gestos, el tono de voz, el vocabulario y la forma de tratar los asuntos; todos ellos armonizados para transmitir una imagen personal acorde con su personalidad profesional.

También hay que:

- Dejar de realizar acciones en relación con los clientes que corresponden a los otros profesionales de la entidad
- Responsabilizar a otros de todo lo que no convenga asumir personalmente como por ejemplo: hacer labores de técnico deportivo; asesorar a los cliente
- Resolverles sus cuestiones comunes, etc, etc.

COSAS A IMPLANTAR

En esencia, este rol profesional de los Dirigentes de Entidades Deportivas, exige afrontar y responsabilizarse de aspectos tan relevantes como:

- Marcar la Causa o los objetivos esenciales de la entidad
- Desarrollar las Políticas de Promoción de la entidad definiendo e implantando la Imagen Corporativa deseada
- Desarrollar las políticas de comunicación y de Relaciones Públicas ad hoc.

- Visión de futuro, siendo generador de ideas e iniciativas originales y creativas más allá de lo corriente y vulgar; con previsión de los cambios sociales, y planteando el camino a seguir
- Liderazgo personal, desde las ideas, desde los objetivos esenciales de la entidad y desde los objetivos que se vayan planteando con el tiempo; yendo por delante de lo que está sucediendo en la entidad, el sector, y el mercado de clientes presentes y futuros. Siendo pro-activo - no solo reactivo a lo que sucede. Renovador y potenciador de las ideas del equipo profesional, de sus talentos y de sus capacidades. Decía un dirigente que se sorprendía cuando en alguna sesión técnica los asistentes

se quedaban pensativos cuando les preguntaba si eran ideólogos o líderes emprendedores, o más bien gestores o simplemente directores técnicos. En el fondo, estaba preguntándoles por el rasgo esencial de su identidad profesional. No olvidemos que el buen dirigente se instala en las ideas y desde ellas orienta, da luz y guía a los demás pasando a lo concreto por el establecimiento de objetivos estratégicos y operativos.

- Crecimiento personal y social como Gestor de Entidades Deportivas, dándose a conocer como tal a través de actuaciones públicas (escritos para medios de comunicación especializados y prensa, así como la participación en congresos y actos públicos)

- En definitiva, se trata de actuar acorde con los nuevos tiempos, en los que los directores de los centros deportivos tienen que actuar con una visión global y la responsabilidad plena que les califica como Directores Generales, más allá de los aspectos técnico deportivos, que son propios de los directores técnicos.

“

... el reto está en conseguir que todos asumamos ese cambio de status profesional, y se nos ofrezcan medios para lograrlo.



FIGUREX MADRID S.L.

Telf.: 667 697 294

marin@fgx.es

www.figurexmadrid.com

gráficas



solano s.l.

- **Diseño • Impresión Offset/Digital**
- **Cartelería Gran Formato**
- **Encuadernación • Catálogos • Publicidad • etc...**

Los amantes de la gestión del deporte se preparan para el CIED12, el congreso anual más relevante del sector en España

Leonor Gallardo, Jorge García-Unanue, Samuel López, Samuel Manzano-Carrasco, Antonio Hernández-Martín, Marisa Martín y María Marín-Farrona



Entre el 1 y el 3 de junio de 2022, Toledo será la ciudad que dará la bienvenida al XII Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte (CIED12), celebrándose en el Campus Casco Histórico, Edificio San Pedro Mártir (Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo) de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM). Este evento es la cita anual más importante organizado por la Sociedad Española de Economía del Deporte (SEED). En palabras de Carles Murillo Fort (Catedrático de economía Aplicada de la Universitat Pompeu Fabra y presidente de la SEED):

“el CIED es el lugar de encuentro de profesionales que presentan y debaten sus contribuciones académicas orientadas a la mejora del sistema deportivo en el sentido más amplio del término. En esta oportunidad, de la mano de la UCLM, el encuentro se celebra en Toledo del que se esperan valoraciones del significado y alcance de la innovación tecnológica en el deporte pero también, como suele ser habitual, en cualquiera de las otras áreas temáticas de interés de la SEED: economía del deporte (mercados, finanzas, importancia social de la práctica deportiva, competiciones y nuevos desarrollos), gestión deportiva (entidades deportivas y su gobernanza, márketing, instalaciones, sector público y nuevos sectores).

Desde la SEED esperamos con entusiasmo renovado las aportaciones de nuestros asociados y de todos aquellos que encuentran en el CIED el momento oportuno y entrañable para hacer realidad la transferencia de conocimiento hacia la sociedad. Además, en la línea de lo que son las actividades de la SEED, anhelamos una presencia creciente de contribuciones llegadas desde el exterior, sea de manera presencial o, apoyados en las facilidades que hoy en día nos brinda la tecnología, de manera remota pero sincrónica. El trabajo de los asistentes encontrará

respuesta adecuada en un congreso del que esperamos el calor humano y la calidad científica habituales, pero con las novedades que cada congreso nos brinda como muestra de la evolución de la SEED. El esfuerzo de los organizadores, y muy especialmente de los comités organizador y científico, es extraordinario y merece la pena reconocerlo de antemano y corroborarlo personalmente en Toledo, donde nos esperan con los brazos abiertos”.

El congreso tendrá un formato híbrido, apostando por la presencialidad, pero dando la oportunidad a que las comunicaciones se puedan defender en la modalidad en línea, si así lo desean los autores. Esto permitirá aumentar el alcance e impacto del congreso. El programa del CIED12, en fase avanzada a la espera de cortar algunos flecos, ofrecerá a los asistentes los siguientes ámbitos de acción:

- **Taller de investigación:** se realizará el miércoles 1 de junio de 16:00h. a 19:00h. Este será impartido por el Catedrático José Luis Felipe Hernández (Universidad Europea de Madrid), teniendo por título: “La integración de datos en el fútbol. Nuevos paradigmas de investigación”. Esta actividad está especialmente recomendada para estudiantes de grado, máster y doctorado, por su marcado componente formativo, más

allá de que el resto de asistentes del evento se puedan ver atraídos por una temática que actualmente tiene una gran relevancia en el ámbito del fútbol.

- **Ponencias invitadas:** redoblando la apuesta de la SEED por traer a ponentes destacados del panorama nacional e internacional, el CIED12 contará en su programa con hasta tres ponencias invitadas:

La Conferencia inaugural titulada: “Nuevos retos en la digitalización y transformación digital en la Universidad” (jueves 3 de junio de 10:00h. a 11:00h.), dará el pistoletazo de salida formal al CIED12. El Dr. Pedro Miguel Ruiz Martínez, Secretario Ejecutivo de Crue-TIC y Vicerrector de Estrategia y Universidad Digital de la Universidad de Murcia, será el encargado de impartirla.

En segundo lugar, el Dr. Alex Fenton de la *University of Chester*, realizará la ponencia titulada: “Disruptive Technology in Sport Business” el jueves 2 de junio de 18:30 a 19:15 h. Esta ponencia será impartida en inglés.

En tercer lugar, D. Javier Dávila. (Business Development Manager en IDOM (Consulting Engineering Architecture) impartirá la conferencia titulada: “Arquitectura, orientación comercial y tecnología en estadios”, el viernes 3 de junio de 13:00 a 13:45 h.

- **Mesas redondas:** el CIED12 contará con dos mesas redondas. La primera de ellas se realizará el jueves 2 de junio de 17:00h. a 18:30h., teniendo por título: “Tecnología y fútbol en el negocio del deporte espectáculo”. La mesa será moderada por el Dr. Javier Sánchez (Profesor en Universidad Europea y Responsable área física del CTA RFEF. FIFA High Performance Manager). Respecto a los panelistas, se contará con la presencia de D. Óscar Ugaz (director de Estrategia Atomikal y Profesor MBA Real Madrid CF UEM y UPF-BSM), D. Paco González (director Moneyball y Responsable Desarrollo Digital y Big Data UD Las Palmas) y D. Velasco Carballo (miembro del comité arbitral en la UEFA y Expresidente Comité Técnico de Árbitros de la RFEF).

En segundo lugar, el viernes 3 de junio 11:30h. a 13:00h., se realizará la segunda mesa redonda titulada: “Oportunidades

de financiación a la I+D+i en deporte”. En esta, el Dr. Ferran Calabuig (Decano de la Facultad de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte de la Universitat de València), moderará a tres destacados panelistas con dilatada experiencia en la temática de la mesa. Así, intervendrán D. Pepe Cabrera (director Insular de Función Pública y Nuevas Tecnologías - Cabildo de Gran Canaria), D.



José Javier Sanz (presidente de la Real Federación Española de Vela) y la Dra. Leonor Gallardo (Vicerrectora de Coordinación, Comunicación y Promoción de la UCLM y directora del Grupo IGOID).

Se espera que ambas mesas sean muy dinámicas con la intención de que los asistentes puedan participar de forma activa a través de preguntas y comentarios.

- **Sesiones paralelas:** durante su transcurso, todos aquellos autores que hayan presentado una propuesta de comunicación y haya sido aceptada por el Comité Científico, dispondrán de entre 8 y 10 minutos para la presentación libre en formato PowerPoint, PDF o Prezi, debiendo responder a las preguntas que se realicen posteriormente a la exposición del trabajo.

Este año, como novedad, se entregarán hasta un total de cinco premios para reconocer los mejores trabajos del congreso. De entre estos, destaca el premio a la mejor comunicación basada en un TFG o en un TFM defendido durante el curso 2019/2020 o el 2020/2021, dando visibilidad al talento que está por venir, así como el premio a la mejor comunicación en el área temática de Transformación Digital en el Deporte, apadrinado por el proyecto Erasmus+ “Digi-Sporting”.

Además, desde la SEED se han establecidos convenios de colaboración con revistas académicas para que aquellos trabajos seleccionados por el comité científico puedan ampliarse y ser considerados para su publicación en revistas de alto impacto.

El plazo de envío de propuestas de comunicación está abierto hasta el domingo 3 de abril (23:59h.). Toda la información al respecto puede localizarse a través del siguiente enlace: <https://www.cied12toledo.es/envio-de-comunicaciones>

Más allá de estas actividades, el evento contará con momentos relevantes como la ceremonia de apertura y de clausura del CIED12, donde se espera la presencia de destacadas personalidades políticas y del sector. Además, el CIED12 ofrecerá numerosos espacios para el *networking*, como las diversas pausas para el café, o la tradicional cena de gala que se realizará el jueves 2 de marzo. Con esto, se pretende que el congreso sea un evento dinámico donde los asistentes puedan tejer nuevas relaciones para generar sinergias de trabajo.

Con todos estos ingredientes, el CIED12 será un éxito asegurado que cumplirá las expectativas de



los asistentes. Además, el congreso se realizará en una ciudad histórica como Toledo, cuyo patrimonio cultural y gastronómico es de gran interés. En palabras de Leonor Gallardo, Vicerrectora de Coordinación, Comunicación y

Promoción de la UCLM, líder del grupo IGOID y presidenta del CIED12 Toledo: “junto con la SEED, desde el Comité Organizador estamos trabajando con mucho esfuerzo y tesón para crear un evento único que contribuya a la consolidación del CIED12 como el evento de referencia para los profesionales de la gestión deportiva”.

El Comité Organizador del CIED12 Toledo.

**XII CONGRESO IBEROAMERICANO
DE ECONOMÍA DEL DEPORTE**

La gestión de la transformación digital en el deporte

&

I EVENTO EUROPEO DE TRANSFORMACIÓN
DIGITAL EN EL DEPORTE. DIGI-SPORTING

TOLEDO 2022

01
03
JUNIO

CIED12 GRUPO IGOID SEED UCLM Universidad de Castilla-La Mancha

UNIR, LA UNIVERSIDAD OFICIAL DEL ATLÉTICO DE MADRID **APUESTA POR LA FORMACIÓN DEPORTIVA ONLINE**

La industria del deporte en España crece por encima del porcentaje de otros sectores y genera cientos de miles de empleo. Un sector que necesita profesionales mejor preparados para continuar su progresión.



Estos datos demuestran el crecimiento del mundo del deporte en diferentes ámbitos. Es por ello, que cada vez se necesitan profesionales más cualificados y especializados dentro del mundo deportivo, de esta manera surge **UNIR, la Universidad Oficial del Atlético de Madrid** para dar una solución a estas nuevas necesidades.

UNIR es una institución educativa basada en la formación 100% online que tiene como objetivo acercar una educación integral y personalizada a los más de 50.000 estudiantes matriculados procedentes de más de 100 países, en especial España y Latinoamérica.

Por otra parte, el Atlético de Madrid es un referente mundial en lo que respecta a gestión deportiva, como demuestra su compromiso con la innovación continua. Tanto UNIR como el Club Atlético de Madrid son dos grandes ejemplos en crecimiento y en adaptación a la transformación digital que vivimos hoy en día, la unión de sus esfuerzos se hace visible en un proyecto compuesto por 8 titulaciones de formación 100% online.

Sin duda, uno de los títulos más solicitados de este proyecto educativo es el **Máster Universitario en Dirección y Gestión Deportiva**, que se basa en una formación integral del entorno empresarial y del deporte para la gestión de entidades y organizaciones deportivas de la mano de directivos del Club y otros profesionales.

Esta titulación capacita a los alumnos para que tengan un sólido acceso a la industria deportiva, ocupando cargos de responsabilidad en entidades deportivas, agencias de marketing deportivo, marcas patrocinadoras, instalaciones u organizadores de eventos.

Además, los alumnos tienen la posibilidad de potenciar sus carreras en el sector deportivo con las titulaciones de distintas disciplinas como Empresa, Marketing, Salud, Educación y Derecho:

- Máster Universitario en Dirección y Gestión Deportiva
- MBA + Especialidad en Gestión Deportiva
- Máster en Derecho Deportivo
- Máster en Marketing Deportivo
- Máster en Preparación Física y Readaptación Deportiva en Fútbol
- Mención en Educación Física
- Experto Universitario en Coaching y Psicología Deportiva
- Experto Universitario en Nutrición Deportiva

Estas ocho propuestas están respaldadas por un claustro con dilatada experiencia en el sector deportivo y por los directivos del Club. UNIR, la Universidad Oficial del Atlético de Madrid brinda acceso directo a los mejores profesionales para aprender de sus éxitos y fracasos.



Go Series: De la simplicidad al éxito

Daniel Rocha Chacón

Marketing Coordinator

Johnson Health Tech. Ibérica, S.L

618 411 986

daniel.rocha@jht.es

En Matrix, aprovechamos nuestro profundo conocimiento del mercado y nuestro espíritu de mejora continua para crear equipos de fitness innovadores, incluyendo diseños que sean fácilmente accesibles para todos.

Por lo general, esto significa desarrollar alturas de acceso bajas para las cintas de correr, mejoras de diseño para las bicicletas de ciclo indoor y consolas de cardio que sean fáciles de manejar. Pero, ¿qué ocurre con los equipos de entrenamiento de fuerza? Cuando nos propusimos desarrollar la serie Go, nuestra gama de equipos de entrenamiento de fuerza específica para principiantes, nuestro objetivo no era simplemente mejorar nuestros equipos existentes, buscábamos diseñar una serie completamente nueva que fuera extremadamente sencilla y fácil de usar.

Después de analizar todos los comentarios que ya habíamos recibido de propietarios de instalaciones, entrenadores, técnicos de servicio y usuarios reales, sabíamos que teníamos que ofrecer equipos de entrenamiento de fuerza sin las barreras de los diseños tradicionales. También sabíamos que tenían que ser asequibles, para que prácticamente cualquier instalación pudiera ofrecer formas de tonificar los músculos para los principiantes. Al principio del proceso de desarrollo, examinamos detenidamente nuestras otras series de entrenamiento de fuerza y nos planteamos preguntas como: ¿Qué podría simplificarse? ¿Qué se podría

perfeccionar? ¿Qué era bueno para los entusiastas del entrenamiento de fuerza con experiencia, pero podía suponer un obstáculo para los usuarios sin experiencia? ¿Qué partes de nuestros diseños podrían ser reimaginadas por completo? Sabíamos que teníamos que centrarnos en la biomecánica, la ergonomía y los aspectos puramente mecánicos para llegar a lo esencial. Entonces, y sólo entonces, nuestros ingenieros de diseño pudieron dar rienda suelta a su imaginación y crear los primeros bocetos digitales de la serie Go.



Nuestros ingenieros de diseño empezaron a experimentar y pronto llegaron al quid de la cuestión: ¿cómo podíamos crear equipos de entrenamiento de fuerza simplificados que requirieran el mínimo de ajustes y se adapten a usuarios de diferentes tamaños? Primero experimentamos con la resistencia de bandas elásticas y la resistencia hidráulica, pero estas opciones tenían demasiados inconvenientes para nuestro proyecto. Las bandas elásticas podían retroceder rápidamente causando lesiones

al usuario o daños a la máquina, especialmente en manos de un principiante. Los sistemas hidráulicos dificultaban el ajuste preciso de la resistencia, limitando la velocidad, ralentizando el retorno y complicando la continuidad. Y lo que es más importante, ninguno de estos diseños proporcionaba la sensación de levantar peso contra la gravedad como los equipos tradicionales de entrenamiento de fuerza y los pesos libres. Finalmente, utilizamos la misma tecnología de transmisión de resistencia que nuestros equipos selectorizados más avanzados. Esto proporcionó una experiencia más coherente con otros equipos de entrenamiento de fuerza. También significó que cuando los usuarios alcanzasen sus objetivos iniciales, estarían bien preparados y podrían progresar cómodamente hacia el siguiente paso en su viaje de entrenamiento de fuerza.

En última instancia, las innovaciones aparecieron en detalles de diseño pequeños pero críticos. Nuestra intención era maximizar la comodidad y el rendimiento, a la vez que ofrecer una experiencia clara y sencilla para que los usuarios puedan centrarse en la sensación, no en la máquina o su configuración.

Al desarrollar agarres largos de posición neutral y extender el asiento, eliminamos la necesidad



de ajustarlo en la mayoría de los equipos. Esto significa que tanto si el usuario mide 150 cm como si mide 193 cm, con esta estudiada ergonomía y una biomecánica sencilla, facilitan que cualquier usuario se siente, se ponga cómodo, empiece a entrenar de inmediato y permita que su cuerpo se mueva naturalmente.

Pero las innovaciones no se detuvieron ahí. Incluso descubrimos formas de agilizar el servicio técnico y el mantenimiento, aumentando la durabilidad y minimizando el tiempo de inactividad para los usuarios. Utilizamos pernos con resortes que pueden retirarse fácil y rápidamente sin necesidad de herramientas, y cubiertas metálicas en las pilas de pesas que son increíblemente fáciles de poner y quitar, además de ser más duraderas que las tradicionales de plástico.

Cuando supimos que teníamos algo especial, empezamos a producir muestras. A continuación, buscamos una amplia gama de usuarios que pudieran probar nuestros prototipos. Era fundamental que observáramos la facilidad con la que podían entrar y salir del equipo. También queríamos averiguar si podían empezar un entrenamiento sin apenas instrucciones. Independientemente de sus diferencias físicas o limitaciones de movimiento, todos nuestros

primeros usuarios dijeron que el equipo era fácil de manejar, cómodo y atractivo.

A continuación, trajimos a algunos de nuestros clientes potenciales para que probaran las Go Series. Primero llamamos a sus entrenadores y personal, ya que suelen trabajar con principiantes en sus instalaciones, y recogimos sus comentarios. También nos pusimos en contacto con los principales clubes asociados para ver cómo funcionaría la serie como circuito. Estaban encantados, porque al necesitar menos tiempo para ajustar el equipo, cualquiera podía avanzar rápidamente por el circuito y conseguir un entrenamiento total del cuerpo en menos tiempo. Cuando quedó claro que estos primeros usuarios compartían nuestro entusiasmo por los diseños simplificados de la serie Go, llegó el momento de la prueba real. Era el momento de poner las Go Series en una sala de entrenamiento de fuerza real y ver qué decían los usuarios reales cuando interactuaban con el equipo sin más guía que unos pocos carteles de instrucciones.

Fue entonces cuando descubrimos otra ventaja inesperada de nuestros nuevos diseños simplificados. Los equipos eran más compactos y ligeros de lo esperado, lo que hizo que transportarlos completamente montados a la

segunda planta del centro de pruebas fuera mucho más fácil de lo previsto. Y como las 10 unidades cabían en un espacio de sólo 317,5 cm x 561,3 cm, crear zonas de entrenamiento especiales y organizarlas en un circuito también era más fácil.

Para nuestro deleite, la respuesta inicial de los miembros del lugar de la prueba fue fenomenal. La Go Series fue especialmente popular entre los principiantes, las mujeres, las personas mayores y los usuarios con menos experiencia en entrenamiento de fuerza, y casi todos utilizaron el equipo de forma eficaz sin necesidad de instrucciones. Nuestro centro de pruebas informó de que Go Series se utilizaba de manera constante durante toda la prueba.

Tras su reciente lanzamiento, el entusiasmo en torno a Go Series es palpable en nuestro sector. Grandes clientes de diferentes cadenas nacionales e internacionales están apostando por esta serie de cara a facilitar el acceso a los entrenamientos de fuerza a sus clientes. Y es así como la simplicidad se convierte en éxito.

Autores

Daniel Rocha (Marketing Manager Matrix Fitness) y José Remiro (Product Manager Matrix Fitness)

Fitaverso, nueva oportunidad en el espacio digital.



MANEL VALCARCE

Doctor en Actividad Física y Deporte, mención en Gestión Deportiva.

Máster en Administración y Dirección del Deporte.

Diplomado en Ciencias Empresariales.

Director Gerente Valgo. Colegiado 8709.

manelv@valgo.es / www.manelvalcarce.com

Actualmente escuchamos y leemos la palabra “Metaverso” continuamente, pero es muy probable que no tengamos muy claro su significado. El concepto de Metaverso se utiliza para describir una representación de la realidad llevada a cabo mediante programas de realidad virtual y ha sido uno de los conceptos estrella del año en el sector tecnológico. Es una adaptación válida del inglés “metaverse” formada por el elemento “meta-” y la terminación “-verso” de “universo”.

El Metaverso nos abre las puertas a un nuevo mundo o espacio virtual en el cuál se pueden desarrollar las actividades más comunes que conocemos. Este término recoge todas aquellas experiencias digitales, en las que, a través de internet, podemos desenvolvemos con cotidianidad. Su objetivo es crear un universo de realidad virtual, aumentada y/o experiencial en el cuál podremos ser capaces de vivir y disfrutar de costumbres o hábitos muy similares a los reales. Por ello, se dice que el metaverso es un universo de realidad mixta, con diversas capas, elementos, tecnologías y aplicaciones que mostramos a continuación.

Durante estos últimos años, las plataformas de juegos como Roblox, Fornite o League of Legends han sido los impulsores de este nuevo escenario, ofreciendo espacios virtuales donde el usuario puede caracterizar su avatar y desenvolverse por el espacio virtual. No se puede hablar de metaverso sin mencionar la tecnología *blockchain* y el concepto NFT. Los NFT (Token no fungible) son activos digitales únicos que no pueden reemplazarse, están concebidos como una forma de arte digital, que puede ser distribuida y adquirida para el uso virtual. Los NFT son clave para el desarrollo del metaverso.

El *eComerce* y el marketing también se ha sumado al metaverso. Las empresas están buscando la manera de llegar al consumidor a través de este entorno virtual, ofreciendo una experiencia de compra más placentera y realista, pero desde una plataforma virtual. En este universo, podremos encontrar todo tipo de artículos, atuendos digitales, arte, moda, eventos, conciertos, etc, donde ya participan H&M, Zara, Gucci, Vans y por supuesto las comunidades digitales como Meta. El objetivo de las marcas, es tener presencia en este nuevo entorno y ofrecer mejores experiencias virtuales, mejorando su posicionamiento en el mercado virtual que se avecina.

En la figura 2 mostramos el ecosistema del metaverso que solo ha hecho que empezar a desarrollarse y captar todo tipo de empresas.

Al igual que sucede con el arte o el *retail* virtual, también otros sectores se han visto influenciados por la aparición del metaverso. Este es el caso del sector deportivo y del fitness, donde el metaverso puede ser una opción muy atractiva, divertida y motivante, de conectar con el usuario y crecer su interés por realizar ejercicio físico a través del juego.



Figura 1.
Las 7 capas del Metaverso.
(Adaptado de Radoff, J., 2021)

Sin duda, la aparición del metaverso, vislumbra un impacto y evolución en el futuro también en el fitness, propiciando un espacio propio que podemos denominar **“Fitaverso”**, un mundo digital donde se fusionan aplicaciones fitness y no fitness, generando una comunidad propia que incluya numerosos servicios y productos. En este espacio, por ejemplo, se podrán obtener ciertos objetivos, mediante la realización de ejercicio físico previamente, lo que fomentará la actividad física. Las grandes marcas como Nike ya han realizado los primeros movimientos, creando “Nikeland” en la plataforma Roblox, cuyo objetivo es competir en diversos juegos y escenarios propios personalizados.

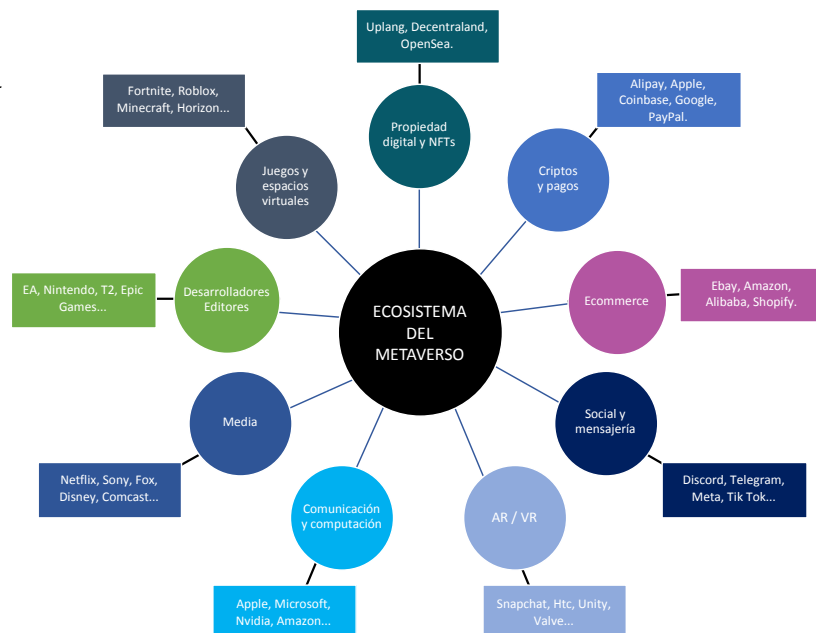
Otra de las oportunidades del Fitaverso es la colaboración y cooperación con otros ecosistemas y empresas que están progresando en material deportivo, wearables, aplicaciones, etc. El Fitaverso tiende puentes a coexistir con otras industrias, que pueden complementarse, con el fin de satisfacer las necesidades de

clientes y usuarios, ofreciendo servicios y productos más personalizado e individualizados, saliendo del espacio físico como único modelo de negocio.

Los centros deportivos, clubes o gimnasios, ya no sólo dependerán de instalaciones y equipamientos para relacionarse con sus usuarios. Podrán también disponer de su universo digital rompiendo barreras por tipo de cliente, edad o condición, ampliando sus servicios y productos e influyendo de forma integral por una sociedad más activa y más saludable.

Todavía es pronto para estimar los cambios que puede originar el Fitaverso, pero es innegable la repercusión actual del metaverso y su impacto en empresas y personas. Si nuestra industria sigue sus pasos, es evidente que las nuevas plataformas influirán e incentivarán la práctica deportiva, aumentando el grado de interés de la ciudadanía por el ejercicio físico y la salud.

Figura 2. Ecosistema del Metaverso
(adaptada de Wall Street Journal, 2021).



Entrevista a Jorge Garbajosa

Presidente de la Federación Española de Baloncesto

David González



¿Un niño de Torrejón de Ardoz soñó alguna vez con ser campeón del mundo?

Quedaría muy bien decir que de pequeño yo quería ser campeón del mundo, pero no es verdad. Lo veía tan irreal que ni siquiera lo soñaba. Para ser sincero, no soñaba con jugar de manera profesional ni con ganarme la vida haciendo deporte, que era lo que me gustaba. Pero vas jugando, de repente te llaman para subir un escalón más, luego te ofrecen un contrato y un día te ves jugando la final de un Campeonato del Mundo...

¿Y un líder silencioso ser presidente de la Federación Española de Baloncesto?

Sí no me imaginaba ni dedicarme a esto, imagínate... Son pasos que vas dando de forma natural, trenes que pasan en la vida y tú decides si te subes o no. No sé si soy valiente, pero atrevido sí, así que pasó el tren y me subí.

Jorge Garbajosa iba para portero de fútbol, ¿cómo se produjo el cambio al baloncesto?

Iba para portero de fútbol porque era lo que me gustaba. Me gustaba hacer deporte y me gustaba el fútbol como a muchos niños de este país, y me sigue gustando, pero fue tan ridículamente casual como que cuando tenía 14 años pegué un estirón fuera de lo normal, exagerado, y cuando fui a comprar las botas no había mi número. Coincidió que el conductor del autobús que me llevaba al colegio, a Alcalá de Henares, me dijo: Oye, y el baloncesto... Y probé.

Al final, todo empieza en los colegios y en los clubs pequeños, de barrio...

Sí. Por eso la pirámide es tan importante. Por eso el valor de las federaciones autonómicas, en coordinación con la española, es clave. Antes de la pandemia nos vino a ver una delegación de la Federación China para que le explicáramos cómo era la pirámide del deporte porque no entendían que un país de 45 millones y tradicionalmente de bajitos pudiera llegar a ser campeón del mundo y de Europa, y pudiera tener campeones en todas las competiciones de clubs. Todo parte de tener una red de colegios, de clubs y de federación autonómicas que trabajen la base, la captación y promoción... Todo parte de ellos. Luego el cuello de botella se va afinando.

Comenzó a jugar al baloncesto en Alcalá y después llegaron Vitoria, Italia, Málaga, Toronto, Rusia, el Real Madrid... ¿cuál fue el mejor momento en esos años como jugador?

A nivel visible, público, he tenido la suerte de vivir muchos. Por ejemplo, la liga en Málaga. Ganar una liga siempre es importante, pero no es lo mismo ganarla en Málaga que en el Barça o en el Madrid. Todas tienen mucho mérito, no se lo resto, pero, aunque solo sea por poco habitual, fue muy especial. Hay muchos momentos: el Campeonato del Mundo, la NBA... Pero me quedo con otros vividos de puertas hacia dentro. Recuerdo siempre cuando ganamos la Copa del Rey con Unicaja. Siempre que ganas algo entras en una euforia que provoca que no se te fijen bien los recuerdos. Cuando he tenido la suerte de ganar algo siempre he intentado tomarme media hora para pensar, para fijar ese recuerdo. Cuando ganamos la Copa, me fui a la habitación del hotel y tuve una conversación con Pepe Sánchez sobre lo que es hacer sentir feliz a una ciudad. Ese fue uno de los mejores momentos de mi carrera.

¿Cuáles era los objetivos cuando llegó a la presencia? ¿Se han cumplido?

Nada más entrar había dos objetivos principales. Uno muy tangible y otro intangible, pero igual de importante o más. El tangible era recuperar económicamente la casa. No solo estaba en una mala situación, sino que estaba en una deriva negativa peligrosa. No fue fácil cambiar esa dinámica sin tiempo para reaccionar y a la vez

teniendo que cumplir con todos los compromisos. Y luego había una segunda parte menos tangible, unir al baloncesto español, que estaba dividido. Cuando hay unas elecciones y un candidato gana con tres votos de diferencia es porque hay un baloncesto que opina diferente. El mundo del baloncesto entendió que había que dar un voto de confianza. De manera modesta, pero creo que el baloncesto español es hoy mucho mejor de lo que era hace seis años.

El baloncesto es el deporte más practicado por mujeres en España, con más de 130.500 licencias, ¿cómo se puede seguir impulsando el baloncesto femenino?

Para nosotros que el baloncesto sea el deporte más practicado por mujeres no es un motivo de complacencia, es un motivo de saber que hay muchas personas que esperan mucho de ti. Hay muchas niñas jugando en la parte de abajo. Si te vas a la parte de arriba, notas que hace seis años el 90 por ciento de las jugadoras de la selección jugaban fuera de España y hoy el 90 por ciento juegan en España. Entre lo uno y lo otro hay un camino muy largo y mucho más queda por recorrer. Por ejemplo, antes había equipos que se clasificaban para jugar la EuroCup femenina y renunciaban porque no tenían capacidad económica. Ahora el campeón es un equipo español, el Valencia Basket, pero es que el subcampeón de la Euroliga es Perfumerías Avenida. La Copa de la Reina ha subido de cuatro equipos a ocho, hay una Minicopa... Todo esto no es el fin, es el gancho, que cada vez el baloncesto femenino sea más visible, que cada vez jueguen más niñas. Y si es más visible, más empresas quieren invertir, más se apuesta por el deporte femenino y por el baloncesto femenino en particular.

La FEB también está potenciado mucho el baloncesto 3x3, ¿por qué? ¿qué ventajas tiene?

El mundo está cambiado a nivel de comunicación, de consumo, de ocio... Creo que el 3x3 cuadra muy bien con el tipo de consumo que demanda una generación nueva que tiene la mayor oferta de ocio de la historia. Porque nosotros ya no competimos entre deportes, competimos con HBO, Netflix, Twitch, la play... Siempre hemos dicho que en el baloncesto pasan muchas más cosas que en un partido de fútbol. En el 3x3 pasan más cosas que en un partido de baloncesto en un concepto muy urbano, muy de calle, musical, atractivo... Hace unos meses estuvimos en el

Campeonato de Europa con las chicas. Estás jugando en los jardines del Trocadero, con la Torre Eiffel a tu espalda, con un disc jockey todo el tiempo, con ambiente de fiesta, con food trucks... Todo eso es muy cercano al nuevo consumidor.

¿Y no puede perjudicar al baloncesto tradicional?

No, es totalmente compatible. Yo no renuncio al espectador histórico, que lleva toda la vida pegado al baloncesto. Esas son nuestras lentejas de todos los días, lo que nos da de comer, pero también quiero ese producto nuevo, alternativo... Yo puedo comer lentejas un martes y sushi un miércoles.





¿Hay algún reto más de la Federación Española?

El baloncesto español es un referente a nivel deportivo desde hace muchos años. No solo por nuestras selecciones, también por los clubs, los árbitros o los entrenadores... Mucha parte de mi trabajo es internacional y también detecto el enorme respeto que nos tienen a nivel de organización. España tiene que mantener ese nivel de liderazgo en organización de campeonatos internacionales. Por eso nos embarcamos en el Mundial femenino de 2018 y el Eurobasket femenino 2021. Este año tenemos el Mundial sub'17 masculino en Málaga, el año que viene el Mundial sub'19 femenino aquí, en la Comunidad de Madrid. Tenemos que ser líderes también en organización. El año 2018 nos abrió los ojos para muchas cosas y una de ellas fue que después del Mundial femenino había 20.000 niñas más que jugaban al baloncesto. Y eso es así. Si te fijas, con la selección nacional hemos estado en Jaén, Almería, Pamplona... tenemos que llevar al baloncesto donde ya no está a nivel de máxima competición. Que haya baloncesto en España 365 días al año, que siempre tengamos baloncesto en cada una de nuestras provincias.

¿En todo eso entra el posible desembarco de la NBA en Europa?

Creo que no se ha entendido bien. La NBA es una organización extraordinaria. Muchas veces nos gusta criticar desde Europa si se juega de una forma o de otra. Cada uno juega como quiere, como puede y como cree que es mejor para sus intereses, pero hay algo indudable, que la NBA es capaz de ingresar miles de millones de dólares por el baloncesto. Lo saben vender bien. Añadimos que hay una Basketball Africa League, gestionada por FIBA y NBA, que en dos años ha crecido como un tiro. Estamos hablando también de un baloncesto asiático, con Japón y China, que está creciendo muchísimo; en Canadá también; en Sudamérica se están dando pasos... y la NBA nota que Europa corre el riesgo de decrecer. Por lo que yo sé, la NBA no tiene

ninguna intención imperialista. No hablamos de abrir una división en Europa, de venir y comprar la competición.... No, lo que quiere la NBA es poner toda su experiencia para que el baloncesto siga creciendo en el mundo. De manera altruista y de manera egoísta porque cuanto más grande sea el baloncesto en el mundo, más grande va a ser en cada uno de los sitios. Aquí no es cuestión de quien se come la tarta sino de que hagamos la tarta más grande y comamos todos.

Con tantos asuntos pendientes, ¿a qué dedica Jorge Garbajosa el tiempo libre, en caso de tenerlo?

Me parece encomiable esa gente que piensa 24 horas al día en fútbol o en baloncesto o en física cuántica, pero yo no lo soportaría. A las ocho de la mañana el director general, el director de Comunicación y yo ya estamos comentando las noticias del día, que hay para hoy... Muchos días a la diez y media de la noche todavía continuamos. Pero intento tener mis ratos. Tengo una niña de dos años y el poco tiempo que queda es para la familia. Eso es innegociable y si hay que hacer un parón a las ocho y media de la noche para dar de cenar a tu hija, bañarla y acostarla, se hace. Luego seguiremos...





EMPLEO

Oferta Pública de Empleo para Gestores Deportivos

Convocatorias abiertas



FEBRERO

- Bases: cinco plazas de Monitor de deportes, Ayuntamiento de Picassent
- Bolsa de trabajo para Auxiliares Técnicos Deportivos, Ayuntamiento de Fuengirola (Málaga)
- Abierta convocatoria para una plaza de Auxiliar de Deportes del Ayuntamiento de Huércal-Overa (Almería)
- Bolsa de trabajo para Monitores deportivos, Comarca de la Sierra de Albarracín (Teruel)
- Abierta convocatoria una plaza de Gestor/a deportivo/a, Ayuntamiento de Dénia (Alicante)
- Abierta convocatoria para una plaza de Auxiliar de instalaciones deportivas, Ayuntamiento de Onil (Alicante)
- Abierta convocatoria para una plaza de animador/a deportivo/a, Ayuntamiento de Oleiros
- Bolsa de trabajo para personal de actividades físico-deportivas, Ayuntamiento de Montmeló (Barcelona)
- Bolsa de trabajo Técnico deportivo adjunto, servicio municipal de deportes de Ayuntamiento de Jaca
- Convocatoria abierta para dos plazas de Técnico/a Medio de Instalaciones Deportivas, Ayuntamiento de Elche (Alicante)

MARZO

- Bases de Encargado/a campo de fútbol y piscina, Ayuntamiento de Cantillana (Sevilla)
- Cuarenta plazas de Monitor/a deportivo/a, Ayuntamiento de Dos Hermanas (Sevilla)
- Bases para plaza de Técnico/a medio/a de deportes, Ayuntamiento de Calella (Barcelona)
- Técnico Deportivo en Oferta de Empleo Público, Ayuntamiento de Agramunt
- Convocatoria y bases de 10 plazas CSF Actividad Física y del Deporte (A1.2027), Junta de Andalucía
- Tres plazas de Técnico superior de deporte, Comunidad Foral de Navarra
- Una plaza de Técnico/a medio (A2) y bolsa de interinidad, Ayuntamiento de Calella
- Una plaza de Técnico Especialista-Técnico Monitor de Educación Física, Universidad de Oviedo
- Una plaza de Monitor Deportivo, Ayuntamiento de Torrevieja (Alicante)
- Una plaza de Conserje de polideportivo, Ayuntamiento de Museros (Valencia)

Información facilitada por www.oposicionesdeporte.com

**DROPZONE
DROPTILE
RESISTEN TU
ENTRENAMIENTO
MÁS RUDO**

 **Tarkett**SPORTS

FieldTurf Poligras

Avda. Llano Castellano 13, 4ª. Madrid, España

Dropzone & Droptile: Pavimentos deportivos en caucho resistentes, cómodos y seguros

LA TRADICIONAL FOTOGRAFÍA ANUAL DEL CLUB MOVISTAR ESTUDIANTES NO NECESITA NINGUNA EXPLICACIÓN.



PAZZ

COMPARTIMOS SU DESEO



UNIVERSO vs METAVERSO, ¿un cambio de paradigma?



Juan Andrés Hernando

Arquitecto urbanista

Especializado en Infraestructuras deportivas y de gestión del tiempo libre

Hace días que me rondan por la cabeza pensamientos y consideraciones varias, haciéndome reflexionar sobre los diferentes impactos y formas de actuar que deberíamos tener en cuenta ante el actual momento histórico, calificado por los expertos como un cambio de Era.

Al considerar dos factores determinantes de nuestra época: el aterrizaje de la cuarta revolución industrial y el desequilibrio ambiental del planeta, inmediatamente me asaltan cuestiones sobre qué tipo de cambios tendrá que asumir el mundo del deporte, la recreación y sus infraestructuras. Y, lo que es más importante, a qué tipo de personas y necesidades dará servicio.

Estas dos variables modificarán sustancialmente los entornos sociales y educativos esenciales y las relaciones de las personas entre sí, comunicándose de una manera totalmente distinta en la que la Inteligencia Artificial marcará las normas y límites.

Y será crucial la adecuada gestión de dichas variables para que se pueda evolucionar alineadas con unas nuevas realidades, que ya han comenzado a desarrollarse e implantarse en nuestra sociedad a una velocidad exponencial.

El deporte y la recreación están estrechamente unidos a las personas y a la sociedad ya que sin ellas carecerían de sentido. Por lo tanto, aquello que modifica las condiciones de las

personas y su entorno repercute directamente sobre la forma en que se concibe la prestación de los servicios del producto “DEPORTE Y RECREACIÓN”

Creo que no me equivoco al poner la RECREACIÓN al mismo nivel que el “DEPORTE”, en el más amplio sentido del término, en el que el “JUEGO”, adquiere un papel preponderante.

Albert Einstein decía que *“Los juegos son la forma más alta de investigación”* y el autor Path Kayne en *The Playectic*, plantea que *“los juegos serán al siglo XXI, lo que el trabajo ha sido durante los últimos 300 años de sociedad industrial, nuestra principal vía para conocer, obedecer y crear valores”*. Ambas reflexiones, inciden en mi inquietud ante el momento actual y me sugieren que deberíamos estar ante un debate general que nos posicione sobre “dónde estamos y dónde quisiéramos estar”, cuando las aplicaciones tecnológicas cuánticas y plataformas digitales inmersivas, promovidos por el mundo empresarial, dirigidas a las personas y la sociedad, nos aporten instrumentos que cambiarán las reglas del juego, tanto en el mundo personal como social y profesional. Unas reglas sobre las que habrá que aplicar criterios no sólo técnicos basados en la eficiencia y la productividad, sino valores éticos que aseguren la libertad del ser humano para tomar sus propias decisiones, basadas en sus facultades para aplicar el pensamiento crítico y creativo.



“

Los juegos son la forma más alta de investigación”

De esa manera, herramientas que serán de una gran utilidad potenciarán las habilidades de las personas y les alejarán del riesgo de depender de dispositivos tecnológicos muy interesantes pero a la vez potencialmente adictivos.

Conceder a las máquinas las estrategias que permiten tomar decisiones complejas entraña el riesgo de que las personas les cedamos funciones ejecutivas de nuestro cerebro como son la planificación, anticipación, la organización, el establecimiento de metas y otras tantas cruciales para la adaptación del individuo al medio y la preservación de la libertad de decisión.

La proliferación de situaciones “irreales” que desde el Metaverso pueden crearse y la capacidad de desdoblarnos en múltiples avatares de nosotros mismos, conlleva serias consecuencias. Algunas de las cuales señalarán un hito en el avance de la humanidad pero si se “pierde el control”, otras podrán acarrear desastrosas consecuencias a nivel social y emocional. ¿No merece esto abrir un serio debate y normativizar determinados “productos” que se lanzan continuamente al mercado sin percibirnos que son potenciales “caballos de Troya”?

Que los avances tecnológicos, nos permitan vivir en un mundo imaginario, virtual, de Realidad Aumentada, aportando valor continuamente al Big Data, con posibilidad de una hiperconectividad 5G/6G...y siguientes, con la computación cuántica y la Inteligencia Artificial, en un INTERNET INMERSIVO, abandonando la idea de Universo que ha regido la Historia para trasladarnos a las realidades diferentes del Metaverso, que nos llevará a ecosistemas simulados, abre infinidad de preguntas sobre

cómo será el individuo y sus necesidades. ¿Cómo participará en el deporte y la recreación? ¿Será un simple espectador de su propio avatar o tendremos que reinventar nuevos juegos, nuevas instalaciones, nuevos retos que le permitan volver a la realidad de su propio cuerpo y mente sin sufrir irreparables trastornos de personalidad?

Ese mundo ficticio en el que podemos interactuar socialmente y disfrutar de viajes, actividades diversas, momentos e imágenes increíbles que rompen con los principios reales de la Física y que pueden generar una nueva Ética, con valores, sensaciones y riesgos cuestionables, además de potenciales impactos sobre la salud (equilibrio físico, psíquico y social, OMS 1948) de las personas y de la sociedad, ¿no merece pararse a reflexionar, debatir y planificar?.

Hablo del METAVERSO, ese universo paralelo que según determinadas fuentes bien fundamentadas, se cree que en 10 años, el 46% de las personas, de EEUU, vivirá en el Metaverso. Las grandes Corporaciones, ya están trabajando en diferentes proyectos y accesorios, para las diversas plataformas que formaran parte de la creación de este lugar imaginario, infinito, inmersivo e interactivo, donde se mezclan la realidad física y la virtual, donde está ausente la relación social real.

En el caso que nos ocupa, ya hay “plataformas digitales” que se mueven en el lema de “experimentar y jugar” y te implican en ese mundo virtual para jugar al tenis de mesa, golf, Tai-chi, recorrer ciudades, boxear contra ídolos, artes marciales, ciclismo, tener reuniones, etc... (*metaverso y deportes: mercazo.com/metaverso-y-deportes*).

Frente a las posibles externalidades negativas de este Metaverso también se presentan grandes oportunidades, externalidades positivas, en el ámbito económico y comercial, en el disfrute del tiempo de ocio y del arte, en la creatividad, en el turismo virtual, en la aproximación a las experiencias y sensaciones vividas en todos los deportes, incluidos los extremos. El deporte virtual, del Metaverso, abre un camino excepcional de manera universal para todas las personas, independientemente de sus capacidades (físicas, psíquicas y sensoriales). Llegados a este punto debemos considerar como afectará la “brecha tecnológica y la falta de conectividad universal” a determinados sectores poblacionales, para el acceso universal, en igualdad de oportunidades. Se estima que el mundo digital e inmersivo, moverá un negocio global de 800.000 millones de dólares en el año 2024 (*Economía en chandall.com*)



Llegados a este punto, y en un momento crucial del desarrollo legislativo, Autonómico y de País, a partir de lo comentado, porque se están aprobando nuevas leyes del deporte que previsiblemente van a estar en vigor por muchos años, me pregunto si se están considerando estas situaciones y cómo se está considerando el desarrollo y los impactos del METAVERSO en el deporte y sus infraestructuras. Es evidente que no estamos hablando de los *eSports*, esto va mucho más allá, donde los *eSports* y sus diferentes evoluciones, pueden configurar alguno de los ámbitos del Metaverso, pero nada más. Por establecer un paralelismo actual, entiendo que los *eSports*, con distancias significativas en el ámbito de la recreación individual y colectiva, podrían ser algo similar a lo que hoy es el mundo del “espectáculo deportivo”, con dinámicas sociales

(competiciones y seguidores) y empresariales (Corporaciones/Clubs-S.A.D.) e intereses económicos (Plataformas, Internet y telefonía, publicidad, etc..) que no siempre van alineados con aquellos valores de los que hablamos, que deben regir en la educación saludable, recreativa, física y deportiva de la población.

Me preocupa también como deberán ser los nuevos escenarios de actividad y socialización entorno a las actividades físicas, recreativas y deportivas, desde las infraestructuras deportivas y recreativas (instalaciones deportivas y áreas de actividad en el Espacio público) hasta las políticas en los espacios públicos, la comunidad habitacional, la laboral, de barrio y de ciudad. Estamos en un momento histórico crucial, donde no solo se están cambiando matices, se están moviendo los “paradigmas” que nos han movido en la historia del urbanismo moderno, las comunicaciones, el ámbito educativo, el ámbito laboral, el tiempo libre, la interacción social, y por supuesto el deporte y la recreación

Si esto lo vinculamos, a cómo actuar desde el deporte, la recreación y sus infraestructuras, a los 17 objetivos del desarrollo sostenible según la AGENDA 2030 de las NN.UU., veremos que se hace muy urgente y necesaria la creación de una **MESA SOCIAL**, con tecnólogos de las diferentes áreas de impacto: saludable, social, económico, deportivo, de recreación, de gestión, medio ambiente, etc. capaz de afrontar este momento desde una perspectiva absolutamente transversal, para que disfrutando de los beneficios que nos proporcionan los avances que las tecnologías ponen a nuestro alcance, se salvaguarden, por encima de cualquier otra pretensión o interés sectorial, el bienestar saludable de las personas, la ética en la aplicación y desarrollo de los algoritmos, la responsabilidad social corporativa y, en el caso que nos ocupa, ayuden a definir líneas estratégicas de investigación y desarrollo para la implantación de esos avance tecnológicos a nivel de país, y de municipio de forma SALUDABLE Y SOSTENIBLE.

A todos nos afecta esta situación y de alguna manera, todos estamos implicados y somos corresponsables de su implantación exitosa, porque formamos parte de este mundo real y potencialmente virtual, donde nosotros y nuestros hij@s viviremos y daremos vida al Metaverso, en los próximos años.

Gavá - febrero 2022



“Mismo trato, mismas oportunidades”

El baloncesto es el deporte más practicado por mujeres en España, con más de 130.500 licencias, un 34,6 por ciento; en Madrid, el porcentaje asciende al 37,6

David González (FBM) / Fotos: FBM

Las 130.539 licencias de baloncesto femenino en España, según datos de 2020, prácticamente doblan al fútbol (77.461), el tercero en el ranking pese a su importante impulso en los últimos años. Un impulso que, en palabras de Santos Moraga, presidente de la Federación de Baloncesto de Madrid, **“le va a venir bien al conjunto del deporte”**. Esas más de 130.000 licencias femeninas suponen el 34,6 por ciento del total de licencias de baloncesto, que asciende a 376.352. En la FBM, el porcentaje es mayor. En la temporada 2021/22, hay 11.714 licencias femeninas, un 37,6 por ciento sobre el total, tres puntos más que la media nacional. **“Algo estarán haciendo bien los clubs”**, afirma el presidente de la FBM.

Curiosamente, en la Liga Marco Aldany de minibasket el porcentaje de licencias es parecido, un 37,07 por ciento, pero el de equipos femeninos asciende al 44,8 por ciento (229 equipos sobre el total de 511). Emilia Torres, miembro de la junta directiva de la FBM y presidenta del club Pintobasket, explica que **“cuesta mucho**

sacar equipos femeninos, pero los clubs lo hacen, apuestan por ello, aunque sea con menos jugadoras, menos numerosos que los masculinos”.

Las cifras crecen, pero aún queda camino. ¿Cómo se puede potenciar el deporte femenino? **“Lo importante es la educación, tanto en los colegios como en las familias. Luego los clubs tienen que trabajar con los padres para que a sus hijas las traten como a sus hijos, que traten a ambos igual. La sociedad va cambiando. ¿Y cómo cambia? Con la educación”**, señala Santos Moraga. **“Hay que seguir trabajando en la misma dirección, remando con políticas en las que el deporte femenino, en este caso el baloncesto, sea atractivo y que todos, ellos y ellas, tengan las mismas oportunidades, algo que ya se está haciendo desde la federación.”**, apunta Emilia Torres.

Una de las claves para el impulso del deporte femenino en general, y el baloncesto en particular, es la búsqueda de referentes. **“Y es muy**

importante dar visibilidad a esos referentes para que las niñas quieran ser como Amaya Valdemoro, Laia Palau o Alba Torrens”, señala Emilia Torres, que también apuesta por llevar el baloncesto a los colegios y por las jornadas de babybasket organizadas por la FBM, **“que cuentan con muchísimas niñas”**.



LESIONES DE LOS MENISCOS. CUANDO OPERAR Y CUANDO NO



Dr. Manuel Villanueva

Director Médico de Avanfi

Los meniscos son fibrocartílagos situados entre el fémur y la tibia que mejoran la estabilidad de la rodilla, aumentan la congruencia y reducen la fricción entre el fémur y la tibia, absorben impactos y distribuyen las fuerzas transmitidas: soportan alrededor del 40% de la carga que recibe la rodilla.

El tercio externo o periférico de los meniscos está vascularizado e inervado, por tanto, presenta cierto potencial de cicatrización, pueden curarse y en algunos casos suturarse. El resto del menisco (2/3 internos), no tiene apenas vasos sanguíneos ni nervios, no tiene potencial de curación por lo que las roturas inestables de esta zona requieren la resección parcial del menisco, preservando tanto como sea posible para no alterar la estabilidad de la rodilla ni favorecer el desarrollo de artrosis.

El menisco interno se lesiona con más frecuencia que el externo en una proporción de casi 5 a 1. El menisco interno está anclado a la cápsula articular en toda su periferia, por lo que es menos móvil, lo cual podría hacerlo más propenso a la rotura.

FORMAS DE LESIÓN

Las **lesiones meniscales** pueden ocurrir a cualquier edad, pero las causas son algo diferentes entre los distintos grupos de edad. La **lesión del menisco** aparece como resultado una combinación de fuerzas: compresión, tracción, flexo-extensión de la rodilla junto con maniobras de rotación interna o externa forzadas, con la pierna apoyada en el suelo, a lo que se suma el peso corporal.

Hay dos formas principales de lesión:

- **Traumatismo agudo sobre un menisco sano.** El traumatismo, casual o deportivo, ha de tener la intensidad suficiente para dañar el menisco sano. **En los pacientes más jóvenes, el menisco es una estructura bastante resistente y elástica**



y su lesión suele estar relacionada con alguna práctica deportiva. Las roturas del menisco en pacientes menores de 30 años generalmente son el resultado de un traumatismo importante, generalmente con un mecanismo de **torsión de la rodilla con apoyo fuerte asociado.**

- **Traumatismos de repetición sobre un menisco patológico afectado por una degeneración progresiva.** Para producir la rotura puede ser suficiente con un apoyo forzado, un esfuerzo o un traumatismo leve. **En las edades medias de la vida, el menisco se va degenerando, se va deshidratando, se vuelve más rígido, menos elástico, más frágil y, finalmente, menos resistente.** Son las llamadas roturas degenerativas. **En muchos casos, no se recuerda un traumatismo específico que haya roto el menisco.**

CUADRO CLÍNICO

El **dolor** es el problema más frecuente que aparece con un menisco roto. Se puede localizar en el lado interno o externo, donde se sitúe el menisco lesionado, o puede ser más difuso y referirse a toda la rodilla o irradiarse hacia la pierna. Puede aparecer con las actividades deportivas o con determinadas maniobras, como ponerse en cuclillas, subir y bajar escaleras o al hacer giros, con el pie apoyado. El cuadro se puede acompañar de chasquidos, sensación de bloqueo tras posiciones fijas, sensación de fallo (generalmente el paciente no apoya con fuerza para no sentir dolor) o, si hay derrame sinovial, sensación de presión o hinchazón en la rodilla. En los casos en que el fragmento roto es muy grande e inestable se puede producir un bloqueo real. En estos casos un trozo de menisco se interpone entre el fémur y la tibia, limitando su normal deslizamiento y la rodilla no puede extenderse por completo.

Normalmente las roturas degenerativas o con traumatismos menores causan un cuadro de inflamación y dolor que suele estabilizarse en 6-12 semanas, recuperando el paciente una función normal o casi normal. No olvidemos que se debe operar pacientes, no resonancias y que un porcentaje de la población asintomática similar a la década de vida correspondiente tiene roturas degenerativas de menisco en resonancias de control (es decir que a los 40 años un 40% de la población puede tener estas roturas sin saberlo, a los 50 años un 50%....etc).

FORMAS DE TRATAMIENTO

Las **opciones de tratamiento** para las roturas de menisco son no operar, la meniscectomía o resección meniscal parcial (quitar aquella parte que está rota e inestable) y la reparación meniscal. La elección de un tratamiento u otro depende de **factores del paciente** (edad, enfermedades asociadas, problemas asociados: artrosis, desgaste del cartílago o condropatía, mal eje de las piernas, artrosis, edema en el hueso o no...) y de las **características de la rotura** (localización, tipo de rotura: traumática o degenerativa, inestabilidad o no que cree pellizcamientos o bloqueos, si es muy sintomática o no, si crea derrame o fallos).

¿ME DEBO OPERAR?

El tratamiento lo determinará, como siempre, la clínica del paciente, pero también la naturaleza de la **lesión, traumática o degenerativa y la existencia o no de otras alteraciones: condromalacia, artrosis incipiente, edema óseo.**

Si la **rotura del menisco es aguda y traumática**, como ocurre en un paciente joven, deportista, que tiene limitación, pseudobloqueos o fallos o, simplemente, no puede recuperar su nivel de actividad, la indicación es la cirugía, la artroscopia de rodilla. Si la rodilla está bloqueada y no se puede desbloquear, está indicada la cirugía urgente.

La **reparación o sutura meniscal** está indicada en pacientes con roturas agudas o subagudas, reducibles y periféricas, próximas al reborde capsular, que es la zona que tiene vascularización y, por tanto, capacidad para cicatrizar. Los resultados son buenos a corto plazo. El programa postoperatorio es más lento y exigente, pues se puede tener que limitar el movimiento y el apoyo de la rodilla durante 4-6 semanas.

En pacientes más jóvenes 20-40 años con roturas traumáticas, inestables, en zonas avasculares del menisco **la meniscectomía parcial** suele ser el tratamiento de elección y aporta mejores resultados que los tratamientos conservadores.

La evidencia científica y clínica defiende que la mayoría de las **roturas degenerativas, sin problemas mecánicos** relevantes (bloqueos, fallos, pellizcamientos), pueden ser tratadas sin merma en las capacidades del paciente, corredor o atleta, de forma conservadora.

Tras una rotura de menisco degenerativa suele haber un periodo de tiempo de 6-8 semanas en que la rodilla está más sensible, con leve inflamación y dolor. Esta fase aguda pasa y la mayoría de los pacientes recuperan, poco a poco, su nivel de actividad previa. Es frecuente aconsejar a los pacientes que eviten ponerse en cuclillas o subir y bajar escaleras o las posiciones forzadas durante unos meses pero esto no tendrá trascendencia a la larga. Se puede acortar este periodo de estabilización (6-12 semanas) mediante la infiltración de anestésico, corticoides, ácido hialurónico, plasma rico en plaquetas, orthokine u otra terapia similar que ya no son exclusivas de corredores o atletas de élite.

Como muchas veces hay algo de desgaste del cartílago asociado a estas lesiones degenerativas o signos de artrosis incipientes o edema del hueso subcondral (de debajo del cartílago) se puede complementar estos tratamientos con dosis máximas de protectores de cartílago, que se pueden mantener durante meses o años, o también con magnetoterapia.

Este suele ser el escenario de muchos corredores en edades medias de la vida (40-65 años), corredores aficionados, maratonianos, ironman...etc, aunque en la práctica clínica los estudios siguen indicando que se realiza un exceso de cirugías que, en parte, se va corrigiendo con la introducción y generalización de protocolos de tratamiento supervisados por las sociedades científicas *Knee Surg Sports Traumatol Arthrosc.*

Los estudios randomizados y los metaanálisis no dejan lugar a dudas, la mayoría de estos pacientes no se van a beneficiar de la cirugía y hay una sobreindicación de cirugías en estos pacientes por diferentes motivos, inercias en la práctica clínica, presión de los pacientes, de los médicos, desinformación, etc.

Una minoría de los pacientes tendrán una **rotura degenerativa sintomática** que les limitará su actividad deportiva: con pinzamientos, dolor y fallos. En esta minoría puede estar indicada la artroscopia para reseca el fragmento de menisco dañado, es decir lo que se conoce como meniscectomía parcial. En la exploración clínica el cirujano debe comprobar que las maniobras de

pellizcamiento meniscal son positivas y que el dolor no viene del reborde óseo y del cartílago, en cuyo caso la artroscopia no le va a mejorar, puede que incluso le empeore. Algunos estudios cuantifican el valor de estos test diagnósticos para establecer la indicación de cirugía o no, siendo clarificadores en un 70% de los casos [Swiss Surg.](#)

Entre los pacientes mayores de 50 años, una edad estupenda para muchos corredores de fondo, algunos estudios indican que la artroscopia sólo mejora los síntomas a un 20% de los pacientes frente a un 90% de los casos de rotura traumática [Clin Diagn Res.](#) Por lo tanto, es más fácil a estas edades indicar cirugías innecesarias. La pericia médica y el análisis de los test clínicos o de la RMN permitirán identificar a aquella minoría de pacientes que si se van a beneficiar de la artroscopia.

También la literatura desmiente que operar estas roturas de menisco vaya a detener o frenar la evolución de la artrosis, otro mantra que hace que muchos pacientes, ante la duda, opten por la cirugía, insuficientemente informados por sus cirujanos. [Open Orthop J.](#) Son otros factores: mujeres, sobrepeso, menisco extruido, signos de artrosis ya evolucionada los que van a determinar la evolución clínica y la progresión de la artrosis en unos años, no la rotura del menisco.

Sin embargo estudios recientes prospectivos randomizados [BMC Musculoskelet Disord](#) cuestionan incluso que los pacientes de edades medias con roturas traumáticas experimenten mejorías superiores con la artroscopia que aquellos con roturas degenerativas, por lo que el médico ha de ser muy exhaustivo en la información y el pronóstico antes de realizar una cirugía. [BMJ](#)

±



Rotura meniscal y resección. Las zonas internas no tienen vascularización y no suelen ser reparables.

SQ sports presenta su nuevo logotipo y alianza estratégica

SQ sports, líder en el sector de equipamiento deportivo presenta su nuevo logotipo y alianza estratégica. Una nueva imagen que realza su ambiciosa estrategia con el fin de ofrecer soluciones constructivas específicas en equipamiento junto con Montajes Delsaz, compañía referente en la creación de espacios farma a nivel internacional desde 1993.

Esta alianza promueve el desarrollo continuo de nuevas técnicas de diseño, revolucionando la industria con diseños vanguardistas, totalmente personalizados y de alta calidad bajo los estándares más exigentes de la industria farmacéutica.

La calidad y la excelencia en el diseño y montaje les diferencia.



Visítanos en: www.sqmobiliario.com

ojmar

INTELLIGENT LOCKING SYSTEMS

Entendiendo la motivación



David Alonso Page
davidalonso1125@gmail.com



“Los placeres nos parecen mejores cuando los perseguimos que cuando los alcanzamos. Si fueran realmente buenos nos traerían satisfacción constante, pero con frecuencia son como una bebida que solo da más sed”. - SÉNECA -

Tú también lo has experimentado ¿verdad? Ese subidón que te da a veces cuando piensas en los objetivos que quieres lograr y en lo que te quieres convertir. Te visualizas a ti mismo logrando esa marca que siempre has soñado, sintiendo el respeto y la admiración de los demás, saboreando las mieles del éxito. Entonces vuelves a la realidad y te das cuenta de que todo eso solo ha sido una simple ensoñación. Pero da igual, ha sido tan real que lo has sentido como si lo estuvieras viviendo de verdad. En ese momento notas como una llama arde dentro de ti y te dices a ti mismo, “lo voy a hacer”. Esas ganas, esa determinación, ese fuego interior se llaman motivación, y cuando la sientes te ves capaz de comerte el mundo y lograr cualquier meta. El problema es que no dura para siempre, y para lograr ese éxito que visualizaste es necesario trabajar duro durante mucho tiempo, no solo en los picos de motivación.

Por tanto, si quieres lograr el éxito necesitas trabajar duro aún sin motivación, como se suele decir “que la motivación

te pille trabajando”. De forma complementaria resultaría interesante aprender cómo funciona la motivación en tu cerebro para tratar de prolongarla lo máximo posible.

Nuestro cerebro tiene un único objetivo, sobrevivir. Para ello, ha ido desarrollando, a través de miles de años de evolución, mecanismos para identificar aquellas situaciones y comportamientos que maximizaban y minimizaban sus probabilidades de supervivencia. Nuestro cerebro nos recompensa con placer cuando realizamos o identificamos situaciones que mejoran nuestras probabilidades de sobrevivir. Por ejemplo, experimentamos placer ante la previsión de ganar dinero, un premio o el reconocimiento en nuestro trabajo, ya que, todo esto nos llevaría a aumentar nuestro estatus en la escala social, algo que nuestro cerebro valora mucho. Esto es regulado por el sistema de recompensa, que está relacionado con diferentes estructuras cerebrales conectadas mediante vías dopaminérgicas.

Por otro lado, nuestro cerebro

siente pánico ante situaciones relacionadas con poner en peligro nuestra supervivencia, como, por ejemplo, ser discriminados en nuestro círculo social o tener un rendimiento por debajo de las expectativas depositadas en nosotros, ya que, como hemos visto, nuestro cerebro le da



una gran importancia a nuestra escala social.

Este sistema de aversión al riesgo está regulado por estructuras cerebrales como la amígdala, la ínsula, el hipotálamo etc.

Sintetizando mucho esta idea, se podría decir que nuestro cerebro actúa buscando el placer y evitando el sufrimiento.

O, dicho de otra forma, a nuestro cerebro le motivan aquellas situaciones que le llevan a mejorar su bienestar, escala social, comodidad etc.

La forma en la que nuestro cerebro nos premia es mediante la segregación de dopamina, un neurotransmisor que refuerza los comportamientos adecuados y nos hace sentirnos motivados. Este placer es mucho mayor ante la previsión de conseguir una recompensa, que una vez recibida.

¿Cómo mantener nuestra motivación?

Si regresamos al ejemplo del principio en el que visualizábamos una situación exitosa, experimentábamos motivación. Pero si trabajamos por lograr este objetivo nos tendremos que enfrentar a situaciones incómodas,

situaciones que nuestro cerebro percibirá como innecesarias, ya que, le supondrán un gasto energético que no quiere asumir. Es decir, nuestro cerebro busca nuestro bienestar a corto plazo, pero no está dispuesto a sacrificar este bienestar inmediato por uno mucho mayor a largo plazo, ya que, en términos evolutivos, no tenía mucho sentido pensar en el largo plazo.

Por tanto, debemos ser conscientes de la motivación que experimentemos, ya que, en muchas ocasiones en nuestro día a día, ese impulso irá encaminado a obtener gratificación instantánea, algo que nos aleja de nuestras verdaderas metas a largo plazo.

Por otro lado, debemos tener lo más presente posible, qué es lo que queremos lograr y los beneficios que nos va a

reportar, debemos visualizarlo, sentirnos como que ya lo hemos logrado, para dejarle claro a nuestro cerebro que vale la pena sacrificar la gratificación fácil a corto plazo, por una mucho mayor a largo plazo.

También debemos celebrar cada acción que realicemos que nos acerque a lograr nuestro objetivo, ya que, esto, nos llevará a ser más conscientes de que vamos en la dirección correcta y reforzará nuestra motivación y nuestro compromiso.

En definitiva, nuestra motivación aumentará cuanto más cerca veamos la consecución de nuestras metas, objetivos y sueños. Por tanto, si trabajas duro la motivación llegará tarde o temprano.



r-MicroTuff Swift Bayeta de limpieza reciclada de Vileda Professional

- r**-de responsabilidad
- r**-de recursos
- r**-de reciclado

La bayeta de limpieza reciclada está hecha de poliéster 100% reciclado, pero **ofrecen el mismo rendimiento de limpieza y la misma durabilidad** que el producto de fibra virgen.

- Poder de limpieza 100% de microfibra.
- Elimina hasta un 99.99% de los virus
- Elevada captación de partículas.
- Absorbente, excelente para derrames.
- Durabilidad superior hasta 500 lavados.
- Certificación Nordin Swan Ecolabel.



ACTIVIDAD FÍSICA EN LA INFANCIA: LA INICIACIÓN PROGRESIVA EN EL DEPORTE, EN SUS BENEFICIOS Y EN SUS VALORES



Dr. Carlos De la Torre Conde
M.I.R. Cirugía Ortopédica y Traumatología
Hospital de la Ribera (Alzira, Valencia)



Dr. J. Moya-Angeler, M.D, Ph.D, FEBOT
Especialista en Trauma Deportiva y Cirugía Ortopédica

De forma cada vez más recurrente, nos encontramos en la consulta con una misma situación: padres y madres que acuden junto a sus hijos preocupándose por alguna cuestión en particular sobre el desarrollo de los mismos (alteraciones en la deambulación, morfología de miembros, dolores más o menos específicos, fracturas...). Cuando se ha resuelto el motivo principal de la consulta aparece una última cuestión que ya parece inevitable en el día a día clínico: “Doctor, ¿qué actividad física puede hacer mi hijo? ¿Hay alguna que me recomiende para su edad?”.

Estas preguntas que, a priori, son una buena señal al demostrar un interés por parte de los progenitores respecto a la salud de sus hijos y a los hábitos necesarios para cultivarla, también traslucen una falta de información. El desconocimiento acerca de cómo abordar el inicio de

un infante en la actividad deportiva es comprensible. En el mundo actual, saturado de alarmismos y exceso de información (y desinformación), es fácil caer en corrientes armadas de opinión, pero carentes de razón o, al menos, de una buena base científica. Por supuesto, desde una edad temprana es correcto estimular el movimiento regular de un niño. De la mano de una adecuada alimentación, con una pauta de introducción de alimentos, equilibrada en nutrientes, se intenta prevenir el desarrollo de la tan peligrosa obesidad infantil con la actividad física frecuente.

Aunque lejos de estar erradicado, el mencionado sobrepeso infantil y sus graves consecuencias a corto y largo plazo, han sembrado la semilla de la preocupación en la sociedad en general y en los progenitores en particular. Evidentemente, esto se ha traducido en

infinidad de casos en vicios por exceso. Hasta la consulta acuden pacientes pediátricos en los que se diagnostican patologías relacionadas con el uso intensivo del aparato osteomuscular: fracturas por estrés, sobrecargas musculares, etc. Sumado a esta razón, que no deja de ser una actitud fruto del concernimiento de los padres y fácilmente corregible tras informar en consulta, aparecen situaciones menos *inocentes*.

De forma más anecdótica, encontramos a aquellos menores forzados a trabajar en empresas familiares o, incluso, por cuenta ajena debido a una precaria situación social y que presentan auténticas patologías laborales incipientes. Más usuales son las consultas por lesiones deportivas fruto de una más que intensa actividad en competiciones infantiles y juveniles. Responden estos perfiles a una dedicación que no pocas veces supera

lo razonable, con actitudes paternas y maternas de intensa preocupación acerca del posible futuro deportivo profesional de sus hijos. El manejo de unos y otros tipos de pacientes requieren de un esfuerzo médico adicional ya que sumado a la terapia directa a aplicar se hace imprescindible el manejo social de núcleo familiar en su conjunto, de cara a prevenir nuevas dolencias.

Por fortuna, la amplia mayoría de veces, la simple resolución de dudas en la entrevista médico-paciente(-padres) consigue hacen una prevención primaria efectiva y asistir al niño/a en el desarrollo de sanos hábitos físicos.

Hasta el momento de la deambulación, la actividad humana de los primeros meses de vida te resume en el desenvolvimiento progresivo de la conciencia del propio cuerpo. Mediante estímulos visuales, sonoros, olfativos y táctiles el bebé adquiere progresivamente el control sobre sus extremidades. Hitos tan simples como la capacidad de mantenerse sentados o gatear son auténticos cúlmenes de coordinación motora para el niño. Una vez alcanzada la capacidad de bipedestación y deambulación, se inicia una espiral imparable de intentos de exploración al entorno. Hasta este momento, la actitud ideal por parte de padres y madres debe ser el acompañamiento y la mera observación. Con el inicio de la marcha, el aparato locomotor pasa por un periodo de continua maduración que no cesará hasta la edad adulta. Desde el primer momento y a lo largo de estos años es cuando se puede incidir de

forma más decisiva sobre los hábitos de los hijos.

Una constante que puede servir de directriz durante este periodo es la transición progresiva de actividades más aeróbicas y de bajo impacto a otras con mayor requerimiento muscular y propioceptivo. La introducción de deportes de equipo permitirá al menor un desarrollo de aptitudes que trasciende el mero beneficio físico y que le permitirá poco a poco iniciarse y disfrutar de los beneficios del deporte. Como parte de un proceso educativo integral, se favorecerán sus habilidades sociales y de cooperación interpersonal, su capacidad psicomotriz y, cómo no, la adquisición paulatina (y hasta subconsciente) de los valores del deporte: sana competitividad, cultura del esfuerzo, disciplina...

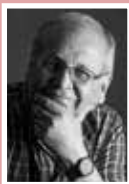
Imprescindible es también, sin lugar a dudas, preocuparnos porque el propio infante participe del proceso de toma de decisiones y adquiera conciencia de su salud física. No imponer actividades a la fuerza, permitir la iniciativa a la hora de escoger tipo de actividad y grado de involucración en la misma y velar por el cumplimiento de cuidados y hábitos de prevención de lesiones (calentamiento previo,

correcta postural corporal, material de protección...).

Con el paso de los años, de cara a la maduración esquelética durante la pubertad, es correcto orientar al niño/a hacia entrenamientos más específicos que acompañen o complementen las actividades deportivas en las que ya se encuentre inmerso. En este sentido sería conveniente que el niño se adiestre en la realización de ejercicios que actúen sobre grupos musculares específicos y favorezcan el crecimiento y tonificación de su musculatura. Se cubren aquí las últimas etapas de una educación que no termina nunca, pero en la que los progenitores pueden dejar de actuar y permitir que su hijo/a continúe de forma independiente. El menor, camino ya de la edad adulta, dispondrá en este momento de herramientas con las que continuar explorando y disfrutando una vida de actividad deportiva que acaba de empezar, pudiendo siempre agradecer a sus padres el cuidado y orientación recibidos sobre una de las facetas que más beneficios le reportará durante el resto de su existencia.



BUSCANDO UN ICONO PARA LOS EVENTOS DEPORTIVOS MADRILEÑOS



Fernando Andrés

En la Asamblea de la Federación Internacional de Natación (FINA), celebrada al finalizar los IV Campeonatos Mundiales disputados en 1.982 en la ciudad ecuatoriana de Guayaquil, España obtuvo la concesión de la organización de la siguiente edición de estos eventos que se celebrarían en Madrid en 1.986. Fue el único éxito de la representación española. Se calculaba que participarían 60 países, que mandarían unos 2.000 participantes, y unos 700 millones de telespectadores contemplarían el evento, que comenzaría a celebrarse a mediados de agosto de 1.986, y que acabaría justo dos meses antes de la decisiva votación de Lausana para elegir la sede olímpica del 1.992.

Se intentaba lograr como legado de esta organización un centro natatorio cubierto y permanente, especializado para todas las especialidades acuáticas, y más adelante podrían obtenerse los beneficios derivados indirectamente de la iniciativa. Es decir: la repercusión mediática del acontecimiento, que podría influir en el turismo y en la imagen de la ciudad en el entorno europeo; y los ingresos económicos derivados de las múltiples competiciones y concentraciones de nadadores que se podrían hacer en el futuro aprovechando estas facilidades. La federación aportaba un magnífico suelo de más de 20.000 metros cuadrados en las cercanías del "Piruli" de RTVE, y esperaba poder contribuir con hasta 300 millones de pesetas para la construcción del centro natatorio. Estos fondos se estaban gestionando con diversas empresas de publicidad, como pago de los

derechos publicitarios de las retransmisiones del campeonato. Trasladado el tema al Consejero de Cultura, Deportes y Turismo, encargó un estudio de viabilidad del acontecimiento, del que se dedujo que lo más importante para la CAM en los aspectos no deportivos sería la posibilidad de potenciar la imagen de la ciudad en los EEUU, al reproducirse las pruebas televisadas en su totalidad por la CBS, una de las tres grandes cadenas de la televisión norteamericana, y justo en el mes de agosto en que prácticamente en aquel año no estaban previstos otra clase de grandes espectáculos.

La Dirección General de Turismo estaba empeñada en transformar la corriente dominante que indicaba que los visitantes de Madrid más rentables, que eran los provenientes de EEUU y Japón, que solo reservaban hotel tres días en la ciudad para conocer El Prado, Toledo, Aranjuez, La Granja y Segovia. Esto solo suponía dos noches en los establecimientos de mayor categoría, y el objetivo era el que prolongaran su estancia en la capital tres días más para conocer el comercio, la gastronomía, el patrimonio artístico, la "movida cultural" y el casco histórico. Las 120 horas de retransmisiones comprometidas en directo, supondrían una excelente campaña de publicidad gratuita en uno de los mercados turísticos más interesantes del mundo y en una época del año en que no había demasiadas noticias ni acontecimientos.

El Ayuntamiento comunicó que sólo colaboraría con las aportaciones de sus



La fotografía de la Puerta que ilustra el interior del catálogo.



Vista aérea del Centro de Natación con los graderíos provisionales.

servicios ordinarios: Policía Municipal para las labores de tráfico y orden público, Banda de música para las ceremonias de inauguración y clausura, cesión de las piscinas municipales para los entrenamientos de los equipos, etc. Sus inversiones las quería dedicar a reformar su red de polideportivos en los barrios... Sorprendido de un planteamiento tan rígido, comenté mi sorpresa con Tierno antes de comenzar la "Maratón Popular" de 1.984, para que confirmara la postura municipal, y no olvidaré nunca aquella conversación. Intenté explicarle la importancia del acontecimiento, y el gran número de participantes, jueces, árbitros, periodistas, directivos, delegados... "Ya sé, ya sé, ya me ha hablado la Federación... Pero al final solo son 1.200 participantes y calculando diez acompañantes por deportista son un máximo de 12.000 turistas durante un mes, que dividiendo por 8 nos da una cifra de 1.500... ¡ No es problema !. Habrá que sacrificar a 1.500 terneros más a diario... Bueno vd. ya sabe que el punto crítico de la ciudad es el matadero, nuestro embudo... Pero por menos de 5.000 terneros diarios adicionales ni nos preocupamos...". No sabía cómo había echado aquella cuenta tan rápida y la verosimilitud del razonamiento... Creía que el profesor era un filósofo, un pensador, un humanista... ¡Vamos... alguien de letras!... pero había hablado como un gestor de proyectos... "Cuenten con todo lo que sean servicios ordinarios municipales, pero en cuanto a inversiones ni un duro...". Cortó la conversación, le dio la mano y siguió con otros asuntos. ¿Sería verdad su cálculo o estaba actuando...?. Llegó al convencimiento de que era lo segundo, pero al margen de sus dudas había ya conocido la postura oficial del Ayuntamiento, que era lo que me interesaba. El tema de la inversión debería resolverse entonces entre el CSD y la CAM. Mientras, los periodistas gráficos



La portada del catalogo del Mundial de Natación de 1.986

se arracimaban bajo la tribuna al acercarse el comienzo de la carrera popular y arreciar la lluvia. Buscaban obtener una imagen del Viejo Profesor recortado sobre el fondo del nuboso cielo, con un chubasquero amarillo chillón, un gorro marino, sus gafas llenas de gotas de agua, e intentando disparar la pistola de salida de los participantes que sujetaba en su mano. Parece que les hacía gracia verle, con toda su imagen de proveccto varón, hermosa papada, gesto beatífico y totalmente mojado, manejando una pistola, aunque solo fuera de salvas. ¡ Decían que tenía su morbillo !.

En febrero de 1.984 la Comunidad había obtenido también el ser sede del Mundial de Baloncesto del mismo año, que tendría una gran importancia en plena ola creciente de este deporte en España, y con el primer enfrentamiento USA-URSS tras los sucesivos boicots de los Juegos Olímpicos de Moscú '80 y los Ángeles '84. Además de estos dos macroeventos estaban programados para aquel año otras actividades también muy importantes. El 22 y 23 de febrero el "XVII Campeonato de Europa de Atletismo en Pista Cubierta"; entre el 9 y 11 de mayo, el "Campeonato de Europa de Kárate"; y, posteriormente, la "Copa del Mundo de Rugby" y el "Mundial de Tiro" en la especialidad de "Avant-Carga". ¡Todo un conjunto de acontecimientos en apenas un año !. Por ello en la Dirección General de Deportes de la Comunidad se comenzó a pensar también en los aspectos simbólicos, formales y de repercusión comercial, planteándose tres preguntas concretas: ¿ Existía algún símbolo que identificara internacionalmente a la ciudad de Madrid, como la Torre Eiffel lo hacía con París?; ¿ Por qué las músicas que se empleaban en los desfiles y premiaciones deportivas solían ser normalmente las marchas

militares norteamericanas del compositor Sousa de finales del XIX, poco después del final de la guerra de Secesión, en vez de músicas españolas ?, y ¿Qué elementos se querían promocionar por interés comercial aprovechando estos acontecimientos que podían tener tanta repercusión mediática?. Alguna de las respuestas se produciría casi de modo natural. Veamos.

En mayo de 1.985 el Comité Organizador del Mundial de Natación editó un catálogo facilitando las informaciones precisas en inglés y español, magníficamente diseñado, para invitar a participar o contemplarlo a todos los potenciales interesados, fueran entidades, equipos, deportistas, delegados, técnicos, aficionados, etc.. Se incluía el calendario y horario de las competiciones, los planos del Centro de Natación que se estaba realizando, una fotografía de su maqueta, la relación de piscinas que se utilizarían en las pruebas clasificatorias y entrenamientos, y unas palabras invitando a ver el evento y a conocer la ciudad. En la portada figuraba una composición inspirada en la lámina de agua azul ondulante de una piscina de 25 metros con sus bases de salida, unas bandas blancas a modo de corcheras separadoras de calles, y en el centro el reflejo tembloroso de una Puerta de Alcalá en azul marino. En el interior del folleto, y como ilustración del artículo de presentación turística de la ciudad titulado *"Madrid, la ciudad más viva"*, se insistía con dos siluetas fotográficas de la Puerta de Alcalá.

Pregunté a Enrique Granados, gerente de la organización, quién había diseñado aquello y me contestó que no lo sabía. Suponía que lo habría preparado el grafista que componía todos los elementos de la Federación, un tal V. M. Santiago, pero agobiado por todos los preparativos nunca me lo confirmó. Posiblemente fuera la primera vez en un acontecimiento relevante en que se había elegido este símbolo por delante de los otros típicos de la ciudad; la Cibeles, y el Oso y el Madroño. Los días 8 y 9 de noviembre se celebró el Buró Oficial de la FINA, presidido por el norteamericano Robert Helmick, que a su vez encabezaba el Comité Olímpico de Estados Unidos, cuando Alfredo Florez era ya presidente de la federación española. Se aprovechó el acto para presentar el cartel oficial y la mascota del acontecimiento. El primero, que reflejaba un nadador dentro de una especie de burbuja que avanzaba sobre el agua hacia el observador,

no se emplearía demasiado. La mascota, un horroroso toro en bañador en un podio, con su medalla colgada del cuello y sacando pecho, seguía la línea que había iniciado el lamentable Naranjito del Mundial de



La mascota del Mundial de Natación

Fútbol, y tampoco tuvo ninguna repercusión. El símbolo que realmente acabó imponiéndose fue la Puerta de Alcalá.

El folleto anunciador del *"XVII Campeonato de Europa de Atletismo <Indoor>"*, que se celebraría los días 22 y 23 de febrero de aquel 1.986, ya la incorporaba en su portada, aunque no lo hiciera con fotografías o un dibujo muy detallado, sino solo con un alzado coloreado de la misma de la que salían cuatro calles en curva. La mascota oficial era otra vez un toro, esta vez corriendo, de imposible comercialización en souvenirs de recuerdo. Parecía que el icono de la puerta había sido bien recibido y ya comenzaba a asumirse, y que los toritos nos seguían persiguiendo a falta de otras ideas mejores.

La Comunidad de Madrid quería aportar algún elemento identificativo de la ciudad, y en la clausura planteó a la federación cerrar el acto con un desfile de ropa acuática, pues se quería impulsar a la moda española apoyando la implantación de la *"Pasarela Cibeles"* que se creó aquel mismo año, habiéndose elegido para ello a la primera Escuela de Diseñadores de Moda creada en la región, encabezada por Catalina de Llopis. Ella propuso en el proyecto de su espectáculo la instalación en el ámbito principal de la piscina de una réplica en madera pintada de blanco de la Puerta de Alcalá, justo en el frente del vaso de las salidas, contrario al fondo de las llegadas y premiaciones, para que sirviera de escenario del que salieran las 40 modelos de la agencia internacional *"Élite"* que lucirían las prendas. Se ocupó también de financiar su montaje, y hay que reconocer que su presencia constituyó una absoluta sorpresa, resaltada por la aparición dentro del desfile de una jovencísima modelo de piel de ébano de apenas 16 años que comenzaba a lanzar la agencia. Se llamaba Noemi Campbell, y casualmente estaba en la ciudad, decidiendo la propia agencia que ocupara el lugar más destacado de la exhibición. Hay que reconocer que al final de



La portada del Campeonato de Europa de Atletismo de 1.986



La mascota del Campeonato de Europa de Atletismo de 1.986

la clausura muchos de los espectadores apenas hablaban ya de los resultados deportivos...

La imagen de la Puerta salió en las primeras páginas de muchos periódicos y fue un elemento totalmente polémico que facilitaba el hacer todo tipo de comparaciones en las que abundaron las que recordaban sus semejanzas con la estética de algunas creaciones de la repostería. Pero se estaba intentando consolidar un símbolo de la ciudad y su insólita presencia servía de referencia a los comentaristas en las retransmisiones de televisión de las

cadenas de medio mundo, recibiendo todo tipo de alabanzas y críticas, muchas veces no laudatorias... Pero ya se sabe, que más vale que hable la gente de algo aunque sea bien...En la cadena CBS de la televisión norteamericana, una de las tres más importantes, y que anualmente solo refleja a veces alguna imagen española relacionada con las corridas de toros o la más famosa prueba ciclista nacional, aquel año apareció la Puerta entre nadadores durante tres semanas y de un modo bastante continuo. ¡ Era lo que se había pretendido !.

Carlos III la había mandado construir en la salida de la vía hacia Aragón y Francia, incorporándose al conjunto de las otras cuatro puertas ya existentes en la ciudad, pero con una presencia mucho mayor en tamaño y en magnificencia arquitectónica. Había sido el diseño elegido en un concurso que ganó el arquitecto italiano Sabatini y su estilo era neoclásico. Se había acabado en 1.778, tenía una anchura total de 43 metros, una altura de coronación de 20, estaba construida con granito de Segovia, y su realización fue anterior al Arco de Triunfo de París, a la de la Puerta de Brandemburgo de Berlín, y a la muy posterior Torre Eiffel, iconos muy acreditados de sus ciudades.

Unos meses después comenzó a sonar una canción creada por Bernardo Fuster y Luis Mendo, integrantes del conjunto de música pop "Suburbano", ligado al barrio de Vallecas, y Miguel Ángel Campos y Francisco Villar. Pero su popularidad le llegó cuando fue cantada por Ana Belén y Víctor Manuel. La canción se llamaba "Miralá, miralá: la Puerta de Alcalá", y fue lanzada como cara B en el disco sencillo "Para la ternura siempre hay tiempo", que vendió más de 300.000 ejemplares. El 14 de julio de aquel año llegó al número 1 de las listas de éxitos de la música popular, y se mantuvo en su cabecera siete semanas, convirtiéndose de hecho en el tema musical de aquel verano. La casualidad hizo que pareciera una acción complementaria y simultánea de las retransmisiones televisivas del Mundial, y acabó convirtiéndose en un himno sumamente conocido de aquel verano, ligado al evento acuático, y ya indiscutible icono principal de la ciudad.

La "Memoria Final" del Campeonato indicaba que participaron 616 Vips y miembros de la FINA, 1.119 deportistas procedentes de 61 países, 668 técnicos, 230 árbitros y jueces, 952 periodistas, 1.146 miembros organizativos de todas las clases y 580 voluntarios. Estas cifras totalizaron las 5.636 personas acreditadas, utilizándose 2.400 plazas de 21 hoteles, un servicio permanente de 60 autobuses ligado a los diversos equipos, 22 vehículos de autoridades, y 280 personas de seguridad conectadas con radioteléfonos. Fue un montaje sumamente complejo, que en los aspectos organizativos resultó muy adecuado a juzgar por las palabras de su presidente Robert Helmick, presidente del Comité Olímpico Norteamericano, y con una gran influencia directa o indirecta en casi treinta miembros del COI. Manifestó que nunca habían dispuesto de unas instalaciones mejores y de una organización tan eficiente, por lo que el mundo de la natación y el Comité Olímpico de su país votarían por Barcelona dos meses después.

En las navidades se comunicarían en la sala "Florida Park" del Retiro los "Premios Nacionales de Marketing", concedidos por la asociación nacional de empresas y profesionales del sector. La Consejería obtuvo el correspondiente a entidades públicas por la venta de la imagen de la región en el extranjero y su influencia en la demanda turística.

Fernando Andrés

Más allá del trabajo en red para la promoción de la actividad física y la salud

Desde el año 2014 en que se inició el Programa de Colegios Comprometidos con el Deporte y la Salud, una de las sesiones que se han mostrado de mayor relevancia ha sido la de **compartir buenas prácticas**.

Parece algo obvio, nada novedoso, incluso aburrido, pero, la experiencia del trabajo con los centros educativos que apuestan por los estilos de vida saludable es que hay mucho conocimiento, mucha innovación y actuaciones con impactos muy relevantes que vale la pena compartir entre los colegios para conseguir acelerar el proceso de motivación hacia la actividad física y la salud de los menores.

Dar voz a todos los centros educativos, estructurar la exposición de la información, ponerla a disposición de la sociedad ya es un gran beneficio directo de este tipo de actuaciones, pero, hay un beneficio inesperado, la consolidación de redes de trabajo inter-centros o, como más nos gusta denominarlas a nosotros, comunidades de aprendizaje permanentes (*lifelong learning communities*).



Las **comunidades de aprendizaje permanente** son un concepto más potente que el trabajo en red ya que se une, al hecho de compartir conocimiento y trabajar con un equipo amplio de profesionales, el enfoque al aprendizaje continuo y el compromiso hacia la innovación, ya sea por la generación propia o por el proceso de observancia de las novedades que se van produciendo en el exterior.

Volviendo de nuevo a las jornadas de buenas prácticas, este curso escolar, se han celebrado cuatro jornadas de estas características y se han conseguido reunir cerca de **40 nuevas fichas de buenas prácticas** que se ponen a disposición de todas las organizaciones que se dirigen a Deporte para la Educación y la Salud solicitando información sobre el desarrollo de un área concreta de actuación para la promoción de los estilos de vida saludable.

Las fichas de buenas prácticas que se van acumulando en nuestra biblioteca se comparten con colegios y administraciones españolas y también se envían a investigadores, expertos, administraciones públicas y colegios del extranjero.

Internacionalmente ya son varios los **colegios españoles** que **han sido invitados a proyectos de intercambio europeos** o incluidos como ejemplo de buenas actuaciones en **recopilaciones internacionales** sobre la lucha contra el sedentarismo en los menores gracias a estas fichas que recogen sus iniciativas de mayor impacto.


Para concluir este artículo, una noticia importante es que, recientemente, se han incorporado, tanto la creación de comunidades permanentes de aprendizaje como la celebración sistemática de jornadas de buenas prácticas, como elementos fundamentales del proyecto europeo de promoción de los estilos de vida saludables en los colegios denominado "MyHealthySchool" y que será implementado en más de 25 países de toda Europa a partir del año 2023. Se trata de un importante reconocimiento a los más de 100 colegios de España que han ido pasando por el programa Colegios Comprometidos con el Deporte y la Salud desde el año 2014 y, sobre todo, a aquellos que empezaron en los inicios del programa y aún se mantienen colaborando como expertos de apoyo a otros centros educativos.



quicesa
watercare



Aquatic
INGENIERÍA Y PROYECTOS



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



Tecnova
PISCINAS
Feria de Tecnología e innovación
para instalaciones Acuáticas

Visita nuestro
stand 3E04
¡Te esperamos!



22 al 25
Febrero
2022



IFEMA
MADRID

¿CÓMO AFECTA LA CRISIS ENERGÉTICA A LOS CONSUMIDORES DE SERVICIOS DEPORTIVOS Y A SU SEGURIDAD?



Ana María Magaz González
Coordinadora Riasport-España.
Profesora Universidad de Valladolid



José Luis Gómez Calvo
Experto en seguridad deportiva



Ramón Poch Corzo
Gerente Riasport



Marta García Tascón
Profesora Universidad Pablo de Olavide, Sevilla.
Directora general Riasport



Eugenio Samuel López Moreno
Estudiante Facultad Ciencias del Deporte.
Universidad Pablo de Olavide, Sevilla

Uno de los principios rectores en la **Seguridad**, y por ende en seguridad deportiva, **es que no se puede actuar bajo la probabilidad, sino según la posibilidad de que exista u ocurra alguna situación de riesgo.**

En la edición pasada, comentamos que llegaban a Riasport consultas relacionadas con diversos aspectos de la seguridad deportiva. Dijimos que las iríamos analizando y compartiendo con los lectores de la revista. De esta forma, tratamos algunos aspectos sobre el artículo 51 de la CE, y sobre el tipo de responsabilidades que tienen los **servicios municipales** para garantizar la seguridad de sus clientes/usuarios cuando realizan actividad físico-deportiva. Además se expuso de la necesidad de disponer de Planes y Protocolos de seguridad en las entidades, y que éstos deben ser conocidos por los trabajadores y por los usuarios.

En esta ocasión, abordamos una consulta sobre el sector de las piscinas cubiertas y las quejas que los usuarios de esas instalaciones manifiestan sobre la temperatura del agua de los vasos de las piscinas.

Los clientes/usuarios indican que el agua está muy fría, aunque ya se sabe que respecto a este parámetro de la temperatura nunca se acierta y dar respuesta a todas las demandas de la población es muy difícil. Pero es verdad que algunos profesionales del sector de las piscinas, sobre todo técnicos, entrenadores y/o monitores nos dicen que sus responsables les piden que no digan nada, pero que tienen que bajar los grados del agua de la piscina o de la climatización

de vestuarios debido al incremento del coste energético del gas y/o de la luz.

Se debe reflexionar sobre:

¿Qué obligaciones/responsabilidades tienen los prestadores de servicios ante el incremento del gasto energético en las instalaciones deportivas que gestionan?

Deben mantener el servicio en las mismas condiciones de calidad y seguridad tanto para el cliente como para los trabajadores.

En el Anexo 1 del Real Decreto 742/2013, de 27 de septiembre, por el que se establecen los criterios técnico-sanitarios de las piscinas se recoge la información sobre los parámetros de los indicadores de calidad del agua. Respecto a la temperatura, indica que debe ser entre 24-30 °C. Señala además, que una de las causas de cierre de los vasos es un incremento de la temperatura del agua superior a 40 °C: "...cuando en vasos climatizados los valores superen 40 °C se cerrará el vaso hasta normalización del valor".

En esta ocasión las **quejas vienen por todo lo contrario**, porque algunos clientes/usuarios o no ven reflejados los parámetros de la temperatura del agua en las instalaciones como es preceptivo (RD 742/2013, Art. 14.b, información al público), y/o si estos se muestran, dudan de su cumplimiento.

Este RD 742/2013 fija a nivel nacional unos valores paramétricos a cumplir en el agua de los vasos de las piscinas y su frecuencia mínima de muestreo, principalmente en base a motivos de salud pública y a las recomendaciones de

la Organización Mundial de la Salud. La crisis originada por la pandemia de la Covid-19 que produjo que el PIB cayera a valores de -11, el incremento del IPC al 0.4% y de la invasión de Rusia, han supuesto una subida del combustible y de la luz, entre otros parámetros, que ha afectado a la actividad productiva de todos los sectores, incluido el deportivo.

Desde el punto de vista del *proveedor* del servicio, éste debe seguir prestando el mejor servicio, ya se trate de servicios deportivos gestionados de forma directa o bien a través de la fórmula de gestión indirecta.

Desde el punto de vista del *usuario/a* del servicio: debe estar informado de la situación que acontezca en la instalación deportiva y de posibles cambios en el servicio deportivo contratado para así tomar la decisión sobre continuar o no recibiendo este servicio.

Acudimos de nuevo a nuestra carta magna, la Constitución Española C.E., que así indica en el Artículo 51:

1. Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos.

Así se desarrolla este derecho (a que el consumidor esté informado) en la reciente Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica.

Sin duda es difícil articular la mejor opción para todas las partes ante esta situación tan excepcional, pero lo que sí debemos considerar es que se debe procurar la información adecuada al usuario/cliente. Se le debe informar para que tome sus decisiones y pueda analizar si la circunstancia excepcional que está ocurriendo, la asume o no en parte, y pueda rescindir el vínculo con el prestador del servicio.

El sector deportivo ha sido fuertemente golpeado durante la pandemia por las diferentes fórmulas de cierre. Se ha enfrentado a una gran pérdida de ingresos, poca reducción de gastos y mantenimiento o incremento de los costes de mantenimiento. Ante estas circunstancias, el equilibrio financiero es difícil de conseguir y ante la posibilidad de quiebra, algunos proveedores de servicios deportivos han optado por cerrar las puertas de repente, dejando sin servicio a los clientes, y por tanto, incumpliendo el contrato. Con las consecuentes responsabilidades del prestador

de servicio deportivo y que no son objeto de este escrito.

Como se observa han aparecido en la prensa noticias (Figura 1) que muestran esta vulnerabilidad y las consecuencias de esta crisis económica que como se ha indicado afecta de forma muy directa a cierres de instalaciones deportivas.

Más allá de entrar o no de valorar si son adecuadas las decisiones que están tomando algunos centros deportivos, lo cierto es que o bien están cerrando o planteando el cierre de las instalaciones, o bien realizando cambios en la gestión de las mismas.

Pero desde el punto de vista del cliente, se le debe garantizar que la contraprestación del servicio se realiza conforme a contrato y además, salvaguardando la salud, que en este caso se podría ver afectada por disminución de temperatura del agua, disminución de la iluminación en pistas, limpieza menos frecuente, etc.

Conclusiones:

1. Necesidad de decisiones políticas y medidas urgentes para favorecer el mantenimiento de los servicios deportivos de gestión directa e indirecta.
2. Necesidad de atender las exigencias del sector deportivo sobre la reducción del IVA.
3. Necesidad de garantizar, en cualquier circunstancia económica, la práctica de actividad física y por tanto, el desarrollo de planes de contingencia en esta materia. ¿Los servicios deportivos los tienes previstos de algún modo?

Desde Riasport nos ponemos a disposición para colaborar con las entidades a dar respuesta a estas necesidades y obligaciones. Consúltanos sin compromiso. info@riasport.es



Riasport.
Red estatal para la investigación de la seguridad deportiva.

Bibliografía

Noticia https://www.elespanol.com/espana/20220322/cierre-piscinas-clausurar-instalaciones-publicas-privadas-espana/658184351_0.html

El Real Decreto 742/2013, de 27 de septiembre, por el que se establecen los criterios técnico-sanitarios de las piscinas. Disponible en <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2013-10580>

LA PROMOCIÓN DE VALORES EN EL DEPORTE EN EDAD ESCOLAR, ¿DE QUIÉN ES LA RESPONSABILIDAD?



Alfredo Sáenz Ibáñez

Director de Gesto Deportivo
alfredo@gestodeportivo.com
Tlf: 609909622

Me gusta ver cómo los niños y las niñas disfrutan del deporte que practican. También, de cómo los padres y madres animan a los jóvenes deportistas y de cómo l@s entrenadores l@s instruyen durante la práctica deportiva. Estos agentes, que rodean a l@s jóvenes, promocionan valores como el respeto, la tolerancia, la deportividad, el compañerismo. Valores que deben imperar durante la práctica deportiva, especialmente en el deporte base. Sin embargo, en otras ocasiones veo niñ@s llorar, padres y madres vociferando desde la grada o entrenador@s que tienen como único objetivo ganar

la competición. En estos casos, los agentes citados promocionan contravalores como la intolerancia, el odio, la violencia o la irrespetuosidad. Contravalores que deberían brillar por su ausencia en los contextos deportivos en edad escolar.

Por supuesto que los agentes que rodean a l@s jóvenes deportistas tienen una gran responsabilidad educativa. Lo sabemos y es evidente. Pero, ¿no la tienen también las Instituciones (Gobiernos territoriales; Federaciones deportivas; Clubes/ Fundaciones deportivas)? La Ley 10/1990, de 15 de octubre, de la legislación Española

sobre el Deporte, señala a la práctica del deporte como uno de los factores fundamentales en la formación y desarrollo integral de la personalidad, constituyendo **una manifestación cultural que será tutelada y fomentada por los poderes públicos del Estado.**

Varios artículos del citado decreto, hacen referencia a la formación en valores, indicando que el deporte en edad escolar cuidará especialmente la formación en valores de quienes participen en él. De este modo, el deporte estará orientado a la educación integral de los niños y niñas, sirviendo como medio para la transmisión de valores positivos, prestando especial atención a la promoción del juego limpio, la consideración hacia el adversario, el compañerismo entre los deportistas y el respeto a la diversidad.

Por tanto, además de ser la educación de los valores en el deporte, responsabilidad de las familias y entrenador@s, también lo es de las Instituciones que tienen competencia en esta materia. Por ello, l@s concejales de Ayuntamientos,



director@s generales de deportes, president@s de Federaciones deportivas, entre otros, deben presentar y proveer a los Clubes deportivos, Asociaciones deportivas, Centros escolares, de programas estructurados (con herramientas de evaluación; prevención e intervención) que fomenten la deportividad y prevengan de comportamientos antideportivos en contextos deportivos en edad escolar. Sólo de esta manera, con el impulso de todos los estamentos, se podrán reducir las actitudes y conductas antideportivas.

En definitiva, es necesario que las Instituciones señaladas, promocionen programas que dispongan de:

1.- Evaluación de la deportividad vs. no deportividad de todos los agentes; jóvenes deportistas, padres/madres; jueces; entrenador@s;

2.- estrategias de prevención, dirigidas a l@s entrenador@s para la promoción de valores y;

3.- estrategias de intervención, que permitan atender situaciones una vez que han ocurrido incidentes antideportivos. Esto es, se deben proponer programas multicomponentes, integrales y estructurados, que atiendan las diferentes casuísticas que puedan ocurrir en el continuo deportividad vs. no deportividad en los contextos deportivos en edad escolar.

“La unión hace la fuerza”

Web: <https://gestodeportivo.com/>

Twitter: @gesto_deportivo

Instagram: @gestodeportivo



**Eficiencia alemana,
Flexibilidad española**



902 22 22 13

Con toda confianza



**MANTEMIENTO
INTEGRAL**



LIMPIEZA



**LOGÍSTICA
INTERNA**



**SERVICIOS
AUXILIARES**



**FACILITY
MANAGEMENT**

Entrevista a Rosa de Tapia



Benito Pérez González
Director de Deporcam
Profesor de UNIR



Entrevistamos en este número a Rosa de Tapia, presidenta del COPLEF y Jefa de Sección de la Delegación de Deportes en el Ayuntamiento de Leganés. Es licenciada en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, Máster en Gestión de Entidades Deportivas y especialista en gestión pública y privada.

Deporcam: ¿Cómo nació su vocación por el deporte?

Resido en Leganés desde los 5 años y sin ninguna duda mi vocación deportiva surge fruto de la iniciativa del Ayuntamiento de Leganés de crear escuelas en los colegios del barrio, (quiero resaltar la labor en la Delegación de Deportes de Manuel Zambrana y Antonio Montalvo como artífices de esas iniciativas que lograron que varias generaciones se engancharan al deporte) y que hicieron de Leganés un referente en materia deportiva.

En esa época se jugaba mucho en la calle, era muy divertido, y me encantaban todos los juegos que tenían que ver con correr. Alguien me dijo que como corría mucho podría apuntarme a Atletismo-que se hacía en el colegio cercano a mi casa; en casa me dieron permiso y así seguí en la escuela, hasta pasar a lo que en ese momento era el Club Municipal...y tuve un flechazo con el ejercicio Físico, aún siendo pequeña era consciente de que me encantaba y que me hacía sentir muy muy bien...en ese momento no podía conocer todo el

beneficio en salud que me estaba proporcionando, para ese momento y para mi salud futura.

Deporcam: ¿Qué recuerdos tiene de sus años de estudiante y cómo influyeron en su futuro?

En realidad, cuando aprobé selectividad, inicié la Licenciatura de Derecho, y más tarde, cursando ya 3º decidí cambiarme a Licenciatura en Educación Física del INEF de Madrid.

Recuerdo la ilusión de las pruebas de acceso, y el



“
...y así seguí en la escuela, hasta pasar a lo que en ese momento era el Club Municipal...y tuve un flechazo con el ejercicio Físico...”

impacto que me producía disfrutar tanto de cada una de las asignaturas; aún tengo esa sensación en mi memoria, que vuelve a mí con sólo acercarme a esas instalaciones. Creo que fue una decisión más que acertada este cambio; me permitía adquirir conocimientos por la mañana, y por las tardes poder aplicarlos en entrenamientos o clases colectivas; una MARAVILLA.

Deporcam: Desde 2019 es presidenta del COPLEF Madrid ¿Cómo es la vida colegial?

COPLEF Madrid, es una corporación de derecho público, amparada por la Ley y reconocida por el Estado, con personalidad jurídica propia y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines; entre ellos destaca la ordenación del ejercicio de las profesiones, la representación institucional exclusiva de las mismas, la defensa de los intereses profesionales de los colegiados y la protección de los intereses de los consumidores y usuarios de los servicios de

sus colegiados, todo ello sin perjuicio de la competencia de la Administración Pública por razón de la relación funcional.

Representar al colegio profesional me da la oportunidad de conocer más a fondo los servicios deportivos profesionales y también poder poner en valor el valor del Ejercicio Físico en sus múltiples facetas en aquellos foros en los que realmente se toman decisiones importantes para la profesión y con el fin de proteger a consumidores y usuarios.

En esta legislatura como Presidenta. ¿Qué sinergias se generan ocupando dos cargos de tanta importancia?

La titulación CCAFYD como Directora Deportiva abarca temas comunes: como la legislación, trabajo con profesionales, consumidores, usuarios.....visión profesional del deporte, conocimientos y técnicas propias de CCAFYDE (planificar, programar, trabajo en equipo y todo lo que tiene que ver con el contacto y organización

de las administraciones públicas.... abarca temas que se retroalimentan sin remedio.

Deporcam: ¿Cómo ve usted la práctica deportiva en su entorno y cómo ve el futuro profesional de los graduados en el ámbito de las Ciencias del Deporte? ¿Está satisfecha del desarrollo de leyes y normas o aún quedan cosas por conseguir?

LA CAM es posiblemente la mejor comunidad de España, ahora mismo, para ejercer como CCAFYDE, y COPLEF Madrid no deja de trabajar para que esto sea posible. Existe en nuestra comunidad:

- Ley de Profesiones 6/2016
- Órgano de control de inspección y control de dicha Ley
- Preparador/a Físico/a reconocido como SERVICIO ESENCIAL en pandemia.
- 3ª Hora de Educación Física....

y seguimos avanzando.

El futuro de las CCAFYDE está relacionado con la situación actual, cada vez más tecnológica, compleja

y específica. Hay más acceso a la investigación en nuestro campo, lo que ha hecho evolucionar la profesión muchísimo en calidad y en campos hasta ahora más restringidos. Creo que sin duda en la CAM las profesiones de Dirección deportiva y Preparado/a Físico/a tienen un gran campo de expansión; de hecho, son reserva de materia para CCAFYDE en nuestra Ley. Que no acaba sólo en eso, sino que la gestión deportiva, consultoría, asesoría...son también actividades que están en las ramas de CCAFYDE. Hay que ser conscientes y actuar en consecuencia de que la realidad actual ha abierto el campo del concepto deportes, muchísimo más allá del deporte federativo y alcanzando dimensiones que afectan a TODA LA POBLACIÓN, y a lo más valioso la salud!

***Deporcam: ¿Cómo se cuida Rosa?
¿Práctica o ha practicado algún deporte en particular?***

Llevo practicando deporte desde los 6 años...fundamentalmente Atletismo hasta que accedí al INEF, donde descubrí muchos más deportes y formas de practicar Ejercicio Físico; en mi época de estudiante me formé y trabajé en centros deportivos con actividades varias... Actualmente entreno con un Preparador Físico (por supuesto colegiado) que después de evaluarme, planifica mis sesiones en función de mis necesidades y las secuelas que quedaron de un cáncer de mama metastásico (ganglios e hgado); esto me ha permitido mejorar muchísimo estas secuelas, fundamental la labor de profesionales CCAFYDE en estos casos relacionados con patologías



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

Lo que me gustaría transmitir es que sepan que COPLEF Madrid estará encantado de poder ayudar en todo aquello que pudieran necesitar; que como profesionales de servicios deportivos tenemos formación, información, vocación, ilusión y todas las ganas del mundo de trabajar y colaborar en este ámbito.



FEDERACIÓN MADRILEÑA DE JUDO Y DEPORTES ASOCIADOS



Pabellón Deportivo Municipal Villaviciosa de Odón

C/ León, 59 - 28670 Villaviciosa de Odón (Madrid) fmjudo@fmjudo.net

www.fmjudo.net



NKL BUDO SHOP
Artes marciales y deportes
de contacto

www.nklbudo.com

913 182 205 / 645 978 033

comercial@nklbudo.eu

C/ Ciudad de Frías, 16. Nave 2. MADRID.

MATRIX



MATRIX VIRTUAL TRAINING CYCLE

A NEW WAY TO RIDE. EVERY TIME.

Ahora todos sus clientes pueden montar en bicicleta de la forma que deseen con la Virtual Training Cycle de Matrix.

Podrán participar en programas exclusivos, acceder a clases de ciclismo on-demand y transmitir su música, películas y contenidos favoritos, todo en una bicicleta de ciclo indoor diseñada con precisión para las sesiones más intensas.

Descubra sus posibilidades y llévela a su sala de cardio hoy mismo.

MÁS INFORMACIÓN EN [MATRIXFITNESS.ES](https://matrixfitness.es)