

# DEPORcam

LA REVISTA DEL CÍRCULO DE GESTORES



NÚMERO  
**62**

EDITA GO FIT LIFE SCIENCE AND TECHNOLOGY S.A.



Entrevista a  
**Juan Carlos Martín**

Presidente  
de la Federación  
Española de Rugby

CONGRESO  
DEPORTE  
MUNICIPAL

MOVISTAR  
ESTUDIANTES  
75 ANIVERSARIO

CLUB NATACIÓ  
ATLÈTIC-BARCELONETA  
UN CLUB CENTENARIO AL SERVICIO DEL  
DEPORTE SOCIAL Y DE ÉLITE

TU  
**PARTNER**  
**GLOBAL**  
DE CONFIANZA



Vestuarios



Spa



Sala Fitness



Funcional



Fitboxing



Cross Training



Clases Colectivas



Cardio



Racks



Outdoor

**THOMAS**  
WELLNESS GROUP

[www.thomas.es](http://www.thomas.es)

# Sumario



<b>5</b>	<b>20</b>	<b>37</b>
Editorial	Cambios en las políticas de promoción deportiva	Ofertas de empleo público
<b>6</b>	<b>22</b>	<b>38</b>
10 conclusiones del informe Deloitte Football Money League	Segmenta... y venderás	La importancia del Ejercicio Físico en el Embarazo y Post Parto
<b>8</b>	<b>24</b>	<b>40</b>
¿Cómo afrontar un proyecto de Infraestructuras deportivas y recreativas, en entornos generativos?	Club Natació Atlètic-Barceloneta	Congreso de Deporte Municipal
<b>10</b>	<b>27</b>	<b>44</b>
Noticias del Círculo de Gestores Deportivos de Madrid	Noticias de la Federación de Baloncesto de Madrid	SQ patrocina el Congreso de Deporte Municipal
<b>12</b>	<b>28</b>	<b>46</b>
SQ SPORTS presenta su nueva imagen de marca	75 aniversario del Movistar Estudiantes	La planificación de la actividad física en los modelos sanitarios
<b>14</b>	<b>30</b>	<b>48</b>
Diferencia entre fidelización y retención de clientes	Entrevista a Juan Carlos Martín, presidente de la Federación Española de Rugby	Estrategias para la promoción de valores II
<b>16</b>	<b>34</b>	<b>50</b>
OPTIGOID. El nuevo protocolo de evaluación del rendimiento físico de IGOID	Cirugía ecoguiada mínimamente invasiva para la enfermedad de Dupuytren. una revolución española	Don Torcuato despeja el campo de juego...



## directorio

**Director de Deporcam** Benito Pérez González  
**Redacción** Javier Aguiar, Pablo Sánchez Buján  
**Consejero Delegado DEPORCAM** Nacho Zambrana  
**Edita GO FIT LIFE SCIENCE AND TECHNOLOGY S.A.**  
 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** Marcaprint Innova SL  
 Depósito Legal M-12557-2011  
 ISSN Versión impresa: 2792-6656  
 ISSN Versión en línea: 2792-6664

**CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS**  
**Presidente** D<sup>a</sup>. Milagros Díaz Díaz  
**Vicepresidente** D. Benito Pérez González  
**Secretario** D. Carlos Delgado Lacoba  
**Tesorero** D. Manuel Gutiérrez Landaluce  
**Vocales**

D. Antonio Montalvo del Lamo.  
 D. Lucas Eduardo Peñas Gómez.  
 D. Rafael Gutiérrez Guisado.  
 D. Fernando de Andrés.  
 D. Ricardo de las Heras.  
 D. José Antonio Sevilla.  
 D. Manel Valcarce Torrente.  
 D. Pablo Sánchez Buján.  
 D<sup>a</sup> Rosa de Tapia.  
 D. Alberto Álvarez.  
 D. Nicolás de la Plata.



La marca de la gestión forestal responsable





# LA MEJOR DECISIÓN

# DE TU VIDA

- \_ Nuevo método científico
- \_ Ejercicio + nutrición
- \_ Resultados demostrados



**Más info**

**GO**fit

Life\_Science\_Tech



**Nacho Zambrana**

## ¡ EL FUTURO YA ESTÁ AQUÍ !

Si echáramos la vista atrás y recordásemos cómo era nuestra experiencia en los gimnasios tradicionales hace 30 ó 40 años, y comparásemos esa experiencia con la actualidad, con toda seguridad no daríamos crédito a lo que hoy sucede en un centro deportivo.

Los avances tecnológicos y la digitalización han conformado un PRODUCTO totalmente distinto a lo que existía no hace mucho, haciendo que nuestra vivencia en un centro deportivo sea mucho más precisa en cuanto a la consecución de nuestros objetivos. Si antaño la instalación y su equipamiento lo eran todo, ahora lo importante es lo que podemos hacer y cómo hacerlo con ese equipamiento y en esa instalación. Por lo que la información que recibamos sobre la experiencia de nuestros usuarios o clientes, será fundamental para ir perfeccionando nuestro PRODUCTO, que es lo realmente importante.

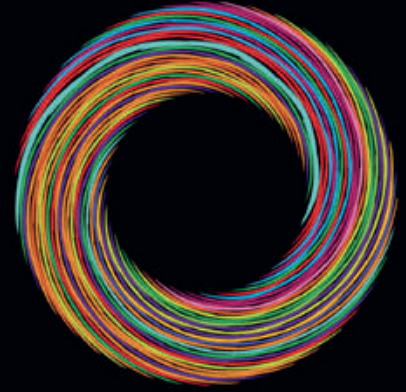
Es aquí donde interviene la CIENCIA para que la ecuación sea precisa y eficaz. Los NPS a través del BIG DATA, son muy útiles, los wearables y la conectividad que proporcionan, también, pero si detrás de toda esta información no existiese el TALENTO de un equipo humano con la formación científica adecuada, de nada serviría.

Tecnología y digitalización sí, siempre con la supervisión del TALENTO de un equipo fundamentado en la CIENCIA, y con la preparación científica oportuna. Afortunadamente las distintas Facultades de Ciencias de la Actividad Física y Deporte (CAFYD), proporcionan cada año multitud de graduados con TALENTO y CIENCIA.

Contemos con ellos.

# Diez claves para interpretar los ingresos del fútbol en la temporada 2021-22

Presentación del 26º informe Deloitte Football Money League (DFML)



**Benito Pérez González**

Director de Deporcam  
Profesor de la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR)  
Miembro de la Sociedad Española de Economía del Deporte

Una buena manera de conocer los ingresos de los principales clubes de fútbol es ver el informe Deloitte Football Money League, que nos muestra el desglose de ingresos de los 20 primeros clubes mundiales. Dicho desglose nos permite conocer los ingresos por estadio, los ingresos comerciales y por último los ingresos por derechos de retransmisión.

En su 26 aniversario, el informe *Deloitte Football Money League (DFML)* nos presenta una vuelta al escenario en la que de nuevo vuelve a haber ingresos por el estadio, tras superarse la pandemia del Covid-19. Los ingresos por este concepto pasaron de 111 millones de euros a 1354. En un nuevo contexto económico algunos países han sufrido bajadas en la oferta por derechos de retransmisión lo que ha hecho caer los ingresos por este concepto de un total de 4544 millones en la temporada 2020-21 a 4055 en la temporada 2021-22. Por su parte los ingresos comerciales han subido un 8% pasando de 3532 a 3821 millones de euros.

El vuelco histórico que se produjo en la temporada pasada, con un Manchester City que desbancaba a los dos grandes clubes españoles, se mantiene en este ejercicio.

## Diez claves para entender el DFML

### 1. El City se mantiene en el primer puesto del DFML

A pesar de sus modestos ingresos de estadio, el City consiguió llegar hasta semifinales de la Champions. A eso se suman sus cuantiosos ingresos comerciales, que han ascendido casi un 25%, en los que siempre hay sospecha de dopaje financiero de sus dueños de Emiratos Árabes.

### 2. El Real Madrid mantiene su segunda plaza

En condiciones normales, los blancos, deberían ser los primeros del ranking, tras lograr optimizar al máximo sus ingresos por derechos de televisión, al ser los ganadores

de la Champions, pero no contaban con el incremento de los ingresos comerciales del City. Además, sus ingresos de estadio están aún lejos de los 164 millones que lograron en la última temporada previa al Covid-19, ya que las obras del Nuevo Bernabéu aún no han finalizado.

### 3. El Liverpool sube a la tercera plaza

Los de Liverpool han sabido aprovechar su llegada a la final de la Champions league para tener importantes ingresos por estadio y por derechos de retransmisión. También han conseguido subir sus ingresos comerciales para ser flamantes terceros en la clasificación del DFML.

### 4. El Barcelona baja tres puestos y se sitúa séptimo

El Barcelona pasa de ser el líder de ingresos en la campaña 2019/20 a ser el séptimo, lastrado principalmente por no haber superado la fase de grupos en la Champions, así como por la caída en los ingresos comerciales, por la negociación a la baja de algunos de sus principales patrocinadores. La salida de Messi supuso la caída de su principal referente mediático.

### 5. Más de la mitad de los clubes del ranking son ingleses

Por primera vez más de la mitad de los top20 son ingleses. La mayor parte de los clubes del DFML son ingleses, gracias a los cuantiosos derechos de televisión que reparte la Premier League. Entre los 20

aparecen clubes que ni siquiera han jugado en competiciones europeas en los últimos años.

6. **El PSG es el primer club con más ingresos comerciales**

Siempre bajo la sospecha de ser un club Estado, dopado financieramente, los parisinos superan a Real Madrid o Barcelona por ingresos comerciales.

7. El **Manchester United** sube un puesto. Los diablos rojos mejoran gracias a sus importantes ingresos de estadio y a la subida de sus ingresos comerciales. No obstante, siguen lejos de sus vecinos del City.

8. **Tottenham, Chelsea y Arsenal mantienen el nivel de años anteriores**

Los otros tres equipos del llamado "Big Six" mantienen puestos entre el 8º y el 10º lugar, apoyados en los altos ingresos por derechos televisivos y el mantenimiento de sus ingresos comerciales. Para estos equipos es clave conseguir plaza en Champions, que les asegura más de 50 M€ de ingresos.

9. **La Juventus baja sus ingresos**

Los turineses disminuyen en sus ingresos televisivos a pesar de llegar a la misma fase de Champions League -dieciseisavos de final-.

10. **El Atlético de Madrid asciende por primera vez del 13º al 12º puesto**

Los colchoneros mejoran sus ingresos comerciales y sus ingresos de estadio, y se mantienen como el equipo con mejor ratio de resultado deportivo por euro ingresado.

En definitiva, y a modo de conclusión habrá que estar muy atentos a la recuperación de los ingresos por estadio durante las próximas temporadas, algo que devolverá a los primeros puestos del ranking a los dos grandes equipos españoles: Real Madrid y Barcelona. La remodelación del Santiago Bernabéu multiplicará la obtención de ingresos de los madrileños, mientras que el Barcelona también contempla una remodelación en el futuro, con su proyecto Espai Barça.

.....

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](http://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 Tributarios, S.L. es una sociedad limitada española independiente. Es miembro de la red internacional de BDO, constituido por empresas independientes asociadas de todo el mundo, y creada por BDO International Limited, una compañía limitada por garantía del Reino Unido.

**BDO**

# ¿Cómo afrontar un proyecto de INFRAESTRUCTURAS DEPORTIVAS y RECREATIVAS en entornos generativos?

Segunda parte



**Juan Andrés Hernando**  
Arquitecto Urbanista

**Estamos en un momento crucial, estratégico y de cambios estructurales, pero..... ¿Por qué?, ¿Cuáles?, ¿Cómo?, ¿Hacia Dónde?, ¿Con Quién?, ¿Para qué?....**

No conozco recetas mágicas que nos den respuesta a todas estas preguntas y muchas otras que nos vamos a tener que hacer, pero de lo que sí soy muy consciente, es de que ante cualquier nuevo reto que queramos afrontar, hemos de tener muy claros los objetivos, el “campo” en el que vamos a jugar, el potencial tenemos, los medios con que contamos/contaremos y el equipo que nos va a acompañar. Estamos ante nuevos retos para El Sistema Deportivo Local, basados en los nuevos Entornos con nuevas Políticas, que afectan al Planeamiento Deportivo y a sus estrategias. Los nuevos entornos generativos condicionaran la existencia y desarrollo de “espacios marco” sostenibles, activos, participativos y positivos, para el desarrollo saludable de las personas y la sociedad en las infraestructuras deportivas y recreativas (IDyR).

Podemos considerar que “el deporte, la recreación, su gestión e infraestructuras”, en el momento actual, está inmerso y condicionado por diferentes “Agentes y Entornos”, críticos, que condicionan cualquier tipo de intervención de presente y de futuro. Así quedan representados en el gráfico adjunto.

Este panorama requiere de un trabajo profesional pluridisciplinar, con equipos heterogéneos, ya que hemos de movernos en campos complejos y en constante evolución; muy diferentes y especializados que van a condicionar los enfoques profesionales, su coherencia, compatibilidad, etc. y en consecuencia el éxito en los resultados.

El futuro, nos guste más o menos ya está aquí, y parece que

se apoyará en la Automatización (Robótica, Big Data, Gestión de los datos,...) y la *inteligencia artificial* (AI), Hemos de asumir esta realidad cuanto antes mejor.

“Las máquinas”, con ayuda de la AI, Serán imprescindibles, por su capacidad exponencial de procesamiento y evaluación comparativa, de los datos masivos generados en “BigData”. aportarán un valor añadido, a cualquier tipo de Estudio o Proyecto, a la hora de conocer y valorar, amenazas y oportunidades, con mayor precisión y fiabilidad que el propio *ser humano*.

“Las máquinas”, funcionarán según los “algoritmos” con que las hayan creado; en algún momento, aprenderán unas de otras y nos ayudarán a determinar los objetivos y procesos más adecuados para facilitar la definición de los medios e instrumentos que favorezcan y optimicen el bienestar de los humanos. Claro está, *siempre y cuando, la ÉTICA de los que generen y manipulen sus algoritmos, cualitativos y cuantitativos, antepongan el respeto a las Personas y al Planeta por encima de cualquier otro interés privado, perverso o interesado*. Este “mundo nuevo”, a falta aún del suficiente control jurídico y ético, apunta con hacerse realidad en la frontera del 2030 y se prevé que su evolución será muy rápida.

Hemos de tener muy presente esta nueva y cambiante realidad, que afecta a todas las personas, a la sociedad y que de forma implacable impacta en el “SECTOR DEPORTE Y RECREACION”, donde las Actividades Físicas (AA.FF.) Creativas, Recreativas, Deportivas serán nuestro núcleo preferente de interés, sin dejar de lado que también lo hará y ya lo estamos viendo en el Espectáculo Deportivo y recreativo (físico y virtual) y en las Industrias del deporte, a las que también va a condicionar y obligar a afrontar una nueva rea-

lidad en una etapa donde la “sostenibilidad, la conectividad y las tecnologías” marcaran el futuro inmediato.

No obstante, volviendo al tema de las IDyR, teniendo en cuenta y aplicando, todo lo dicho hasta ahora estableceré una orientación sobre las dinámicas y momentos *Momentos críticos (m) del proceso de materialización del proceso creativo, de proyectos y obras de una nueva infraestructura deportiva y recreativa*, con el fin de ayudar a ordenar el proceso que permita optimizar, mejorar, facilitar el servicio, uso, mantenimiento y gestión de las I.D.yR.

## **Momentos críticos (m) en el proceso de materialización de las ideas del promotor**

**M0** - *Conocimiento de la Realidad local, con definición de Demandas Necesidades de todo tipo y estrategias para conseguir los objetivos (Censo I.D.yR., planificación Estratégica, planificación Deportiva, plan de Equipamientos, etc.)*

**M1** - *Momento de la decisión, “Política”, de cubrir una Demanda y/o Necesidad para cubrir un déficit de Servicio Deportivo y Recreativo.*

**M2** - *Definición del Objetivo Concreción de las “demandas y necesidades” a cubrir, según la realidad existente, las dinámicas socio-económicas y poblacionales, por segmentos de población, y la localización relativa de las mismas.*

**M3** - *Definición de los recursos y medios necesarios a “aplicar/dotar”, de todo tipo.*

**M4** - *Definición del lugar (ubicación, Calificación urbanística, Superficie, topografía, Geotecnia y Servicios) y constatación del dominio del suelo.*

**M5** - *Definición de los diferentes entornos, en los que se va a desarrollar (Deportivo, Poblacional,*



*Agentes y entornos coyunturales del deporte y la recreación, en la actualidad.*

Fuente Propia (2023)



Medioambiental, Tecnológico, Estratégico, urbanístico y Coyuntural). Ajustes, interacción y compatibilización con los mismos.

**M6** - Definición sectorial de programas deportivos y recreativos, atendiendo a todos los Entornos, los objetivos, el momento, la financiación, las demandas y necesidades, por perfiles de población

**M7** - Definición del proyecto de gestión / de negocio, que establezca la definición programática de necesidades del mismo, su organigrama funcional y los límites de viabilidad de la intervención en lo relativo a su inversión, financiación, gestión y mantenimiento a lo largo de su vida útil.

**M8** - Momento de las TOMAS DE DECISIONES TÉCNICAS, PARA LA MATERIALIZACIÓN DE LAS IDEAS del Promotor

**M9** - Materialización de encargos profesionales, pluridisciplinarios, y de los proyectos correspondientes.

**M10** - Avance del Plan de Gestión con el seguimiento y control del desarrollo de los proyectos.

**M11** - Concurso, Licitación, adjudicación y materialización de las obras de construcción de la I.D.

**M12** - Formalización del expediente para la Conducción habitual, con la documentación necesaria para la apertura, mantenimiento, gestión y desarrollo de las actividades (Plan de Gestión/precios públicos aprobados, Márquetin y Comunicación, Mantenimiento y Reglamento de Régimen Interior) en la I.D.

**M13** - Recepción provisional, con aportación de toda la documentación final, que acredite lo realmente ejecutado, con los certificados de garantías y legalizaciones pertinentes (Proyecto "As Built") y el Libro de Mantenimiento del Edificio. Recepción, en periodo de pruebas, para la verificación de que "los sistemas funcionan correctamente", según previsiones

del proyecto, con entrada del personal necesario para la conducción habitual y Carga de uso (puntual y controlada) de todos los espacios deportivos y complementarios. Esta situación es imprescindible, en el caso de piscinas cubiertas climatizadas y pistas de hielo, por un periodo mínimo de un mes. Periodo de promoción de la I.D..

**M14** - Final de obra y Recepción definitiva de las obras. Arranque de la Comisión de Seguimiento y evaluación permanente de la calidad del servicio.

**M15** - Inauguración de la Instalación deportiva (I.D.) y apertura del Servicio público deportivo y recreativo.

**M16** - Conducción habitual. PRESTACIÓN DE SERVICIOS DEPORTIVOS Y COMPLEMENTARIOS, PARA TOD@S, ACCESIBLES, SEGUROS, DE CALIDAD y SOSTENIBLES EN EL TIEMPO.

**M17** - Control y seguimiento habitual de la Gestión, Limpieza, Mantenimiento, Impactos de todo tipo y de la Calidad del Servicio.

**M18** - Análisis, Control y viabilidad de potenciales adaptaciones de consolidación, mejora y/o Reforma de la I.D.

**M19** - Resolución del Servicio, por agotamiento de la vida útil del Edificio.

**M20** - Demolición/Deconstrucción o Reforma, con control y reparación de posibles impactos medioambientales.

Este conjunto de Momentos, ordenados en su temporalidad, pueden contener otros complementarios y/o darse circunstancias que faciliten o compliquen los diferentes procesos establecidos, pero que no deberían alterar el desarrollo temporal ni el esquema principal de los mismos.

Los errores, de enfoque o de escala en el proceso de materialización de las ideas, penalizarán el Servicio, el Uso, la Gestión, y su

"viabilidad sostenible" a lo largo de toda la vida útil de la instalación deportiva (25/40 años) y podrán comprometer los diferentes aspectos de este Servicio Público, deportivo, para tod@s, seguro, de calidad, perdurable y viable en el tiempo.

Las infraestructuras públicas, deportivas y recreativas, son de tod@s, para tod@s, se hacen con tod@s y su misión se orienta a la adquisición de destrezas que ayuden a propiciar y mantener el "BIENESTAR SALUDABLE" de las personas, colectivos y sociedad

Se han de generar pensando en Global y actuando en Local, además de pensando en futuro y actuando en el presente.

El éxito o fracaso es el resultado de un trabajo pluridisciplinar, sensato y ordenado, en tiempos y jerarquías, donde el ÁREA DE DEPORTES ha de tener y mantener el protagonismo en todos los aspectos que puedan afectar a la IDyR, especialmente en su funcionalidad, seguridad, confort, fácil mantenimiento y gestión, ... durante todo el proceso de materialización; Es la forma más responsable y profesional de salvaguardar los intereses finalistas de la I.D. y R., para proteger y facilitar el cumplimiento de los objetivos.

Las instalaciones deportivas, solo son medios necesarios, que constituyen un objetivo operacional pero nunca deben entenderse "en el proceso Global", como objetivos estratégicos, que sin duda sí que lo son los SERVICIOS a la PERSONAS.

Mucha suerte, cordura y prudencia para tod@s aquell@s Agentes implicad@s, que estén o vayan a estar en este proceso, especialmente durante determinadas "etapas sensibles"; condicionadas por los tiempos que rigen los límites de los calendarios políticos, especialmente en el ámbito Local.



## El Círculo de Gestores Deportivos de Madrid participó en la jornada sobre Mujer y Deporte: Gestión y Dirección Deportiva.

El Círculo de Gestores Deportivos de Madrid participó en la jornada sobre Mujer y Deporte: Gestión y Dirección Deportiva. Esta fue organizada por la Asociación Española de Mujer, Ejecutivas y Deporte (AEMED), y por la Liga Business School.

En concreto fue la presidenta del círculo, Dña Milagros Díaz, quien participó en una mesa de debate sobre las “Oportunidades/situación del empleo femenino en el deporte”.



## Miembros del Círculo de Gestores componen el Comité de Expertos de la Red de Empleabilidad Deportiva.



La Universidad Europea ha puesto en marcha la Red de Empleabilidad Deportiva, en cuyo Comité de Expertos están presentes miembros del Círculo de Gestores. Esta iniciativa tiene como objetivo acercar el empleo a los estudiantes de áreas deportivas y atraer al talento más joven al mundo laboral.

Además de los representantes del Círculo de Gestores Deportivos de Madrid, el comité de expertos también está formado por los máximos representantes de instituciones como, el CSD, ADESP, COPLEF, AEESDAP, FNEID, UFEDEMA, TAS/CAS / EURM y España Se Mueve.

Las sesiones puestas en marcha, tendrán una periodicidad mensual, y se desarrollarán de forma presencial hasta el 28 de junio. Estas ponencias consistirán en: “Las necesidades y transición de la universidad a la empresa” (28 de febrero); “La mujer, la igualdad y power skills” (29 de marzo); “El ecosistema 2030” (26 de abril); “El sportech y las startups” (24 de mayo); “La colaboración público-privada” (28 de junio).

## El pasado 11 de marzo se celebró el Congreso Deporte Municipal en el INEF de Madrid

El pasado 11 de marzo se celebró el Congreso Deporte Municipal en el INEF de Madrid. Este evento organizado por el Círculo de Gestores junto con Deporte Municipal, fue un éxito y sirvió como punto de encuentro para profesionales de la gestión deportiva, así como para tratar y debatir sobre temas de gran relevancia que atañen al Deporte Municipal.



Este Congreso forma parte de una de las múltiples actividades que organiza el Círculo de Gestores, cuyo fin es contribuir a la formación de los gestores deportivos y de fomentar el encuentro y la puesta en común entre profesionales del sector.

**MATRIX**  
Strong • Smart • Beautiful

**AOSSA**  
yous



Universidad  
Europea

etone

**MOYPE SPORT**  
EUROPEAN 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](http://www.circulodegestores.com)

email [info@circulodegestores.com](mailto:info@circulodegestores.com)

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

t @CirculoGestores



## SQ SPORTS PRESENTA SU NUEVA IMAGEN DE MARCA

SQ sports cambia su identidad corporativa como cambio de crecimiento y evolución de la marca; **SQ MOBILIARIO**.



Para la CEO, *Susana Alvarez*, esta renovación supone un paso muy importante y emocionante contar con una nueva imagen de marca más moderna y adaptada a las nuevas soluciones y estrategia de la compañía después de tantos años.

### Nueva identidad corporativa como significado de modernidad y proyección internacional.

La nueva identidad corporativa de SQ Mobiliario responde a la sencillez y modernidad de la marca, y está basada en las siglas del concepto **Service and Quality**. Para la marca el Servicio y la Calidad es su esencia. Ofrece una calidad excepcional en sus productos y un servicio ágil y personalizado.

El isotipo apuesta por un elemento geométrico, como parte de su transformación y basado en su nueva metodología de trabajo con la implementación del sistema BIM - Building Information Modeling. La compañía cuenta con un departamento propio formado por grandes profesionales con una amplia experiencia en metodología BIM. Esta metodología permite obtener una visión integral del proyecto antes de su construcción y valoración de costes, aumentando de esta manera el control y ofreciendo un gran ahorro en tiempo y recursos.

### Afianza colaboración con Montajes Delsaz, empresa líder en ejecución de espacios farmacéuticos.

Desde su nacimiento, la marca ha ido creciendo en servicios y operando en sectores como el deportivo, farmacéutico, industrial, hotelero y educativo.

Como parte de su estrategia, el año pasado afianzó colaboración con Montajes Delsaz, una empresa con la que lleva trabajando más de 20 años, líder en el diseño

y ejecución de espacios farmacéuticos desde 1993. Con esta alianza fortalecen la calidad en sus procesos, consiguiendo acabados exclusivos, fabricados bajo los estándares de calidad del sector farmacéutico, una de las industrias más exigentes.

### SQ Mobiliario va más allá de equipar vestuarios y trabaja en 3 áreas de negocio clave.

Como factor diferencial dentro de su competencia en mobiliario de vestuarios, ofrecen **soluciones modulares** y compartimentan espacios con paneles sándwich. Una solución de alta tecnología y fácil montaje que ofrece un mantenimiento mínimo de los vestuarios y permiten el paso de las instalaciones ocultas en su núcleo. Estos paneles sándwich aportan gran durabilidad gracias a su núcleo aislante acústico, al fuego y térmico, y de alta resistencia al uso diario. Es un producto idóneo para ambientes controlados de humedad y temperatura.

#### “Damos una segunda vida al producto.”

En áreas ya equipadas donde el diseño del vestuario está obsoleto o se quiere cambiar de imagen, SQ Mobiliario ofrece un servicio de **restyling**. Asesoran y aportan soluciones constructivas que permiten reaprovechar y transformar elementos existentes de las instalaciones, modernizando así su diseño.

No solo diseñan y equipan vestuarios; crean espacios bajo un concepto vanguardista e innovador. Estudian cada proyecto, ofreciendo una solución integral a medida del vestuario, fabricando e instalando desde **taquillas, cabinas, bancos, encimeras, y otros elementos singulares** como, por ejemplo: contenedores, taquillas express, SAS de acceso personales, oficinas, archivadores y una amplia gama de soluciones y accesorios.


# ENFOQUE INTEGRAL CONSTRUCTIVO PARA TODOS LOS SECTORES

FABRICACIÓN  
PROPIA

DISEÑOS SEGÚN LOS  
ESTÁNDARES MÁS EXIGENTES  
DEL SECTOR FARMACÉUTICO

 PROYECTOS  
GLOBALES

 TAQUILLAS

 VESTUARIOS

 BANCOS

 ENCIMERAS

 PUERTAS

 SOLUCIONES MODULARES

[sqmobiliario.com](http://sqmobiliario.com)

 **SQ**  
MOBILIARIO

En colaboración:

 **MD**  
MONTAJES  
DELSAZ

# DIFERENCIA ENTRE FIDELIZACIÓN Y RETENCIÓN DE CLIENTES



**Pablo Sánchez Buján**

Licenciado en Educación Física  
Master en Dirección y Administración de Empresas  
Especialista en Gestión Pública Local

Como ya apunto más arriba, no es lo mismo fidelización que retención de clientes. Se considera que la **“FIDELIZACIÓN”** se consigue cuando los clientes se mantienen durante años con nuestra empresa y en todo momento hablan bien de nuestras instalaciones y servicios. Que cuando, por un determinado motivo tienen que darse de baja en las actividades, siempre encuentran un hueco para acercarse a las instalaciones y estar en contacto con el “centro deportivo”.

Se entiende que la **“RETENCIÓN”** de clientes es otra cosa. Los clientes también permanecen durante años en una empresa, (Polideportivo, gimnasio, piscina, etc.) Pero no están satisfechos con el servicio que reciben y es casi seguro que se mantienen porque:

- No conocen otro sitio mejor a donde poder ir.
- Su economía no le permite irse.
- La distancia a otra instalación le mantiene atrapado en la nuestra.
- Permanecerá en el centro deportivo mientras esté determinado profesor.
- Etc.

Este tipo de cliente, es muy negativo para la empresa, ya que generalmente está descontento y habla de forma negativa, siempre que tiene ocasión.

En el mundo de las actividades Acuáticas, es muy corriente disponer de este tipo de clientes, que no nos abandonan porque no saben a dónde ir, o la piscina más cercana está muy lejos de donde vive o trabaja. Por estas razones no se marcha, permanece en la piscina, pero si no está contento, es un cliente que perjudicará mucho a la empresa. Por esta razón insisto que es sumamente importante conocer de forma periódica la satisfacción o insatisfacción de nuestros clientes, canalizar los sistemas para que puedan exponer sus quejas y por supuesto poner los medios para dar con rapidez las respuestas adecuadas.

## RECUPERACIÓN DE CLIENTES

Es esta una tarea muy difícil de conseguir, pero no por ello se va a abandonar. Para poder recuperar a un cliente, primero tenemos que informarnos o conocer porqué se ha ido. Para lo cual el único medio es preguntárselo.

Preguntarle al cliente cual ha sido el motivo por el que nos ha abandonado, no se puede hacer de cualquier forma, requiere sus técnicas.

En primer lugar, tendremos que decidir la forma de comunicarnos nuevamente con él. Si lo hacemos por carta, por teléfono o personalmente.

Lo mejor en estos caso, bajo mi punto de vista, es que uno de los “Directivos máximos”, Gerente, Director, Coordinador o Entrenador, llame personalmente por teléfono e informarse de los motivos por los que nos han abandonado en una conversación sincera en la que el representante de la empresa deberá estar dispuesto a entonar el “mea culpa” o ser capaz de aclarar los malentendidos y buscar soluciones. Esto también necesita de sus habilidades, y no cualquiera puede hacerlo.

Una vez conocido el motivo del abandono, debemos poner los medios para eliminar los fallos que lo han provocado (sí es que ha habido algún fallo). Y ponernos en contacto nuevamente con el cliente para ofrecerle nuestros servicios con la plena garantía de que



va a recibir una actividad de acuerdo con sus exigencias.

**El trabajo no se queda aquí, ya que este no termina nunca, pues de forma periódica, habrá que seguir preguntándole “si todo va bien”.**

Como meditación conjunta final comento una serie de conceptos y estrategias de mejora de su metodología de atención al cliente, que hemos condensado en forma de decálogo, adaptado sobre los 10 Puntos Deming.

1. Los clientes son los elementos más importantes en un Centro Deportivo, ya que es su relación lo que genera beneficios y mantiene a la empresa.
2. El prestigio es un activo del negocio, y se genera por la competencia, honestidad, presentación, accesibilidad y cortesía de todos los empleados de la empresa.
3. La dirección debe definir la política de atención al cliente, logrando el acuerdo de todas las secciones y

la positiva motivación del personal.

4. Al tratar al cliente también se aprende, por lo que la formación en habilidades de comunicación, tácticas de negociación y tratamiento de quejas ha de ser continuada.
5. La calidad de la atención es factor esencial en la decisión de la fidelización del cliente, por lo que es importante elaborar y ejecutar un plan global de mejora, con objetivos, fechas, programaciones, atención de quejas, asignación de responsabilidades, etc.
6. La lealtad del cliente no se consigue de una vez: es progresiva, de ahí la trascendencia de la atención por los empleados de contacto, los técnicos deportivos y la dirección.
7. La información y comunicación con el cliente ha de ser clara, concreta, amable y personalizada en lo posible. Calidad

extensiva a manuales de instrucciones, emergencias, precios, normativas internas del Centro Deportivo, etc.

8. Un cliente satisfecho transmite su experiencia a tres o cuatro personas (Familiares y amigos directos); un cliente irritado, a diez (Familiares, amigos, y a toda persona que hable del centro), lo que avala o no, estadísticamente la rentabilidad en la calidad del servicio.
9. Hay que entender la reclamación como una oportunidad que nos da el cliente para descubrir un error en el servicio y corregirlo.
10. Es importante que todo Centro o Club Deportivo, por pequeño que sea, cuente con un responsable funcional de “Atención al cliente, socio o usuario”, recoja por escrito las quejas y reclamaciones. Y a ser posible, instale un buzón de sugerencias.

# OPTIGOID. EL NUEVO PROTOCOLO DE EVALUACIÓN DEL RENDIMIENTO FÍSICO DE IGOID



## Leonor Gallardo

Conferenciante y escritora  
CEO del Grupo IGOID  
Doctora en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte  
Vicerrectora de Coordinación, Comunicación y Promoción de la UCLM  
Catedrática de la UCLM

*Antonio Alonso-Callejo, Jorge García-Unanue, Samuel Manzano-Carrasco, María Marín-Farrona, Antonio Hernández-Martín, Javier Sánchez-Sánchez, José Luis Felipe, Carlos Majano, Manuel León-Jiménez y Leonor Gallardo.*

**El Grupo IGOID de la Universidad de Castilla-La Mancha ha puesto en marcha un nuevo protocolo de evaluación y medición cuyo objetivo es la cuantificación y la optimización del rendimiento en deportistas. Este protocolo tiene como base las mediciones en momentos puntuales de la temporada para informar al cuerpo técnico del estado físico de los jugadores analizados.**

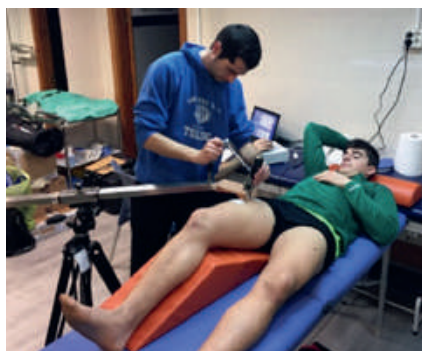
Este nuevo protocolo tiene su sustento en muchos años de investigaciones científicas con deportistas de todos los niveles, desde edades tempranas, hasta deportistas de élite. Así, el Grupo IGOID pone al servicio de la sociedad todo su conocimiento y técnicas de evaluación desarrolladas durante años para lograr una transferencia entre la Universidad y el sector deportivo.

Este protocolo, tiene su base en una evaluación puntual, o en varias a lo largo de una temporada a toda la plantilla o escuela de fútbol. Los/las deportistas serán sometidos a las siguientes evaluaciones (el club tiene la posibilidad de crear su propia batería de test que más le interesen en función de sus necesidades):

### Capacidad contráctil muscular. Tensiomiografía (TMG)

La tensiomiografía es una técnica de evaluación no invasiva que permite evaluar las capacidades contráctiles

de los músculos de un deportista. Esta herramienta de control permite la identificación de desequilibrios musculares en deportistas y el descubrimiento de fatiga neuromuscular tras un esfuerzo. Este dispositivo mide: desplazamiento máximo dado por el movimiento radial del vientre muscular expresado en mm y depende del tono o rigidez muscular; tiempo de contracción, el tiempo entre 10 y 90% del desplazamiento máximo; tiempo de mantenimiento, el tiempo de retardo, también conocido como tiempo de reacción o activación; y el tiempo de semi-relajación.



### Desequilibrios térmicos. Termografía

La termografía es una técnica no invasiva basada en las diferencias térmicas de un mismo grupo muscular con respecto a su homólogo. Es una técnica muy rápida, no invasiva y que aporta una evidencia que permite detectar pequeñas variaciones de temperatura mostrando, de forma prematura, el inicio de procesos inflamatorios que aún no han manifestado síntomas (dolor, edema o parestesia), actuando como herramienta preventiva. Actualmente, existe evidencia científica suficiente en la literatura que indican la posibilidad de utilizar la termografía para: evaluar la recuperación muscular; programación de sesiones de formación; modificar entrenamientos; estimación del consumo máximo de oxígeno  $VO_{2max}$ ; identificar edemas, varices o isquemia; e identificar lesiones musculares. Dado que las lesiones desencadenan procesos



inflamatorios y la inflamación provoca calor al aumentar el metabolismo basal, el nivel de inflamación se puede evaluar mediante gradientes de temperatura. Diferentes estudios han demostrado que mayores asimetrías (por encima de 0,60°C) pueden corresponder a lesiones musculoesqueléticas. Por ello, la termografía infrarroja se ha consolidado como una valiosa herramienta para evaluar clínicamente la evolución y el tratamiento de lesiones deportivas y trastornos musculoesqueléticos.



### Evaluación de la fatiga. Salto con contramovimiento (CMJ)

La prueba de salto es una evaluación de rendimiento común en muchos deportes debido a su relativa simplicidad, eficiencia de tiempo y correspondencia cinemática con el deporte en sí. El salto con contramovimiento (CMJ) es posiblemente la prueba de salto implementada más comúnmente por profesionales e investigadores de las Ciencias del Deporte. El CMJ es el test que se ha demostrado más eficaz para evaluar la fatiga neuromuscular de los deportistas. Este test consiste en una medición de 3 saltos en una plataforma de fuerzas portátil, que automáticamente calcula diferentes variables que ofrecen a los investigadores



unos datos que se traducen en el estado de fatiga de los deportistas evaluados.

### Desequilibrios en test isométricos. Aducción y Abducción de cadera

Los desequilibrios en los músculos aductores y abductores son una causa muy frecuente de lesión en

**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

cualquier deporte. Con una plataforma isométrica se pueden calcular fácilmente los desequilibrios en un test isométrico de aducción y abducción de cadera, para medir, de un modo muy rápido y preciso los posibles desequilibrios de fuerza entre estos grupos musculares. Si un deportista presenta unos desequilibrios en la fuerza ejercida muy altos, esto implica que el riesgo de lesión puede ser elevado y, por tanto, su rendimiento físico verse disminuido.

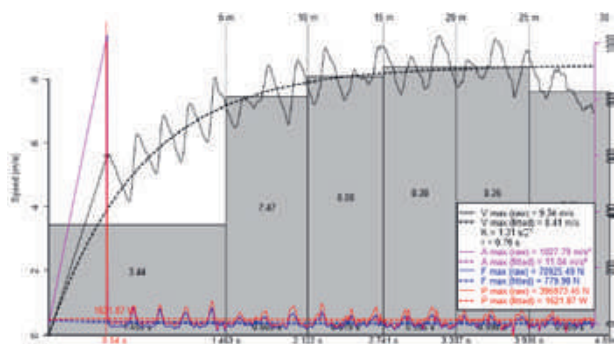


### Cálculo del Perfil Aceleración-Velocidad. Encoder lineal de carrera.

El cálculo del perfil aceleración-velocidad se realiza en un test estandarizado de 30 m de carrera lineal. Con estos datos, se establece un perfil que permite al cuerpo técnico individualizar el entrenamiento de cada deportista. Son datos de gran valor que se establecen con muy poco esfuerzo y que generan un beneficio de cara a maximizar el rendimiento físico tanto a nivel individual como a nivel grupal del equipo.

Con esta batería de test, el Grupo IGOID puede ofrecer servicios dentro de un club como si de un sport scientist se tratase, ayudando a los cuerpos técnicos a maximizar el rendimiento de todos sus jugadores y a reducir sustancialmente el riesgo de lesión deportiva.

Si necesitas más información sobre el protocolo OPTIGOID, no dude en contactar con nosotros



*La termografía es una técnica no invasiva basada en las diferencias térmicas de un mismo grupo muscular con respecto a su homólogo.*



Síguenos en nuestras redes sociales



Avda. Carlos III s/n  
45004 Toledo  
www.igoidsportec.com

925268800 (Ext. 96828)  
629 424 022  
info@igoidsportec.com

# NutriSport

**¡NOVEDAD!**

*La*

# PROTEICA

*de siempre*

**10**  
Deliciosos  
Sabores



*Como*  
**NUNCA**  
*la has probado*

WWW.NUTRISPORT.ES

SIGUENOS EN:



# CAMBIOS EN LAS POLÍTICAS DE PROMOCIÓN DE ENTIDADES DEPORTIVAS



**Fx Lasunción**

fxl.sportsquality@gmail.com

Resulta evidente que los tiempos cambian y, en estos momentos, a más velocidad de lo que ocurría en tiempos pasados. Por ello, las entidades creadas en épocas pasadas es muy posible que necesiten adaptarse a su "nuevo mercado potencial" teniendo en cuenta no sólo los cambios de modas y comportamientos en los ámbitos donde opera, sino en todo el mundo desarrollado. Y pensando en el futuro que nos espera, que va a cambiar nuestra sociedad dada la facilidad de transmisión de ideas y culturas a escala mundial, y los deseos de continua innovación por parte de la mayoría de ciudadanos de sociedades modernas deseosos de imitar todo lo que sean modas e innovaciones.

Está claro que el tipo de mercado potencial para el que se crearon y dirigieron entidades deportivas hace 50 años tiene poco que ver con la realidad actual; y ello es debido al cambio de circunstancias, nuevas revoluciones técnicas y culturales, inquietudes, modas, gustos, intereses físicos y deportivos, así como de ofertas. De ahí los Nuevos Mercados Potenciales y las nuevas Nuevas Culturas corporativas de las nuevas entidades, así como de la utilización de nuevos términos, lenguajes, medios técnicos e imágenes

La adaptación a los nuevos tiempos exige amoldarse a los pensamientos e ideales de la sociedad moderna, con ideas y propuestas *ad hoc*, dejando atrás el lenguaje clásico, arcaico y antiguo o estereotipado y creando nuevos conceptos con palabras modernas; orientados a los tiempos y modas de la nueva sociedad con nuevas formas, ideas, lenguaje e ilusiones, integrando la forma física, el arte corporal y la mentalidad de superación y éxito en la vida personal y social. Se trata, por tanto, de marcar una nueva vía de progreso para cada entidad, ofertando el desarrollo de la personalidad y la belleza corporal sin vulgaridad ni uniformidad, acorde con la realidad social, y respetando las diferencias culturales, morales y políticas existentes.

Para afrontar ese reto conviene estudiar a fondo

el entorno de nuestro mercado y tener en cuenta los cambios sociológicos, económicos, sociales, culturales, actitudes, gustos, costumbres y modas y hasta tecnológicos, así como de tipo de población (procedencia, género, edades, etc). Todo ello comparándolo con los que había en los momentos en los que se definió la actual cultura corporativa de la entidad.

Obviamente, una vía de profundización en estos asuntos es el estudiar a la competencia considerada relevante en lo que respecta a sus ofertas y políticas de comunicación o promoción, así como lo que está sucediendo en ciudades o países más desarrollados

Por otra parte, según un estudio realizado por Santiago Ferrada - CEO de Gimpass España - en el año 2020, el 69% de las personas consideraban que "tener una rutina saludable" les ayudaba a rendir más en el trabajo y obtener mejores resultados, y que el 77% de los encuestados consideraban prioritario ofrecer a los empleados una opción laboral que mejore su bienestar.

A lo cual, podríamos añadir que conviene tener en cuenta que, dado que en estos momentos, predomina la soledad provocada por las nuevas tecnologías de la comunicación social, cada día más se requiere el fomento de actividades sociales abiertas a grupos de amigos o colegas.

¿Y qué mejor para conseguirlo que los Centros Deportivos convertidos en centros socioculturales y de encuentro para vivir experiencias en comunidad, a base de albergar eventos culturales, celebraciones, fiestas, espectáculos y sesiones técnicas abiertas a los clientes y a sus compañeros?

No podemos olvidar que una entidad deportiva es más una entidad social que un negocio comercial, centrado simplemente en favorecer el desarrollo físico de la población: Motivo por el cual, sus dirigentes deben ser conscientes de ello y poner los medios idóneos para conseguirlo. ■



[www.cartuja.com](http://www.cartuja.com)

**UNA RELACIÓN DE CONFIANZA**



[www.gruposanjose.biz](http://www.gruposanjose.biz)

# Segmenta... y Venderás



## 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

*El título de este artículo puede parecer algo sensacionalista, sin embargo, tiene toda la intención de captar la atención e invitar a aplicar su contenido, porque realmente, es una estrategia que funciona, y lo más importante, lo piden los propios clientes.*

La segmentación de mercado, es una técnica ya conocida de marketing, por la cual se divide a los clientes potenciales en grupos homogéneos, llamados segmentos, en base a unas características socioeconómicas, psicológicas, demográficas o de comportamiento que requieren estrategias diferenciadas tanto en la comunicación como en la prestación del servicio en nuestro caso. Se trata de extraer los segmentos de la población a los que deseas dirigirte y centrar nuestros esfuerzos en ellos, en los que realmente desean y necesitan nuestro producto y servicio.

Pero atención, no solo en el proceso de captación y en los clientes potenciales, sino también en el propio proceso de prestación del servicio y con nuestros clientes, usuarios o abonados corrientes, los cuales tienen necesidades y demandas diferenciadas en función de sus perfiles determinados.

Para conseguir segmentar, definiremos nuestros perfiles de clientes ideales, también conocidos como “buyers persona”, a las que pondremos cara, intereses, objetivos, rutina diaria, con el fin de encontrar nuestra propuesta de servicio, entrenamiento, etc., perfecta, para cada una de ellas.

Pero, ¿Cuáles son las claves para el correcto funcionamiento de la segmentación en nuestra organización?

En primer lugar, cabe destacar que la segmentación es un factor imprescindible para cualquier negocio o entidad. Saber a quién te diriges optimizará tus recursos disponibles, consiguiendo un ahorro en costes siendo mucho más preciso y eficiente.

Por otra parte, la segmentación condiciona el diseño del producto, el cual debe responder de la mejor manera posible a las expectativas y necesidades del segmento del mercado específico. Dos aspectos clave son conocer bien nuestros productos y a nuestros clientes ideales. Esta estrategia nos permite poner el foco en los segmentos prioritarios y así profundizar en las necesidades que éste demanda.

Podemos realizar la segmentación de mercado en distintos niveles, los cuales definimos a continuación:

- a. NIVEL DE EMPRESA: el negocio de la organización se orienta a un segmento determinado del mercado.
  - Por ejemplo, un centro boutique que ofrece servicios exclusivos para mujeres. En este caso se segmenta el

negocio de la empresa, siendo su público objetivo las mujeres con un nivel adquisitivo alto. Además, este concepto queda reflejado en su propia página web, donde expresan su foco 100% en la mujer.

- b. NIVEL DE SERVICIOS O PRODUCTOS: una misma empresa puede tener líneas de servicios o productos distintas, orientadas a segmentos diferentes. Es una forma de abarcar la mayor cantidad posible del mercado dirigiéndose a múltiples segmentos al mismo tiempo.
  - Un ejemplo de ello es ofertar distintas líneas de entrenamiento tratando de abarcar el mayor número de clientes que pertenecen a distintos segmentos con objetivos diferentes, como perder peso, ganar masa muscular, tonificar, personas mayores, adolescentes, etc.
- c. NIVEL DE CAMPAÑA: consiste en enfocar un mismo producto a segmentos distintos del mercado en diferentes campañas. Para ello, antes de poner en marcha una campaña de marketing se necesita definir claramente y con la mayor precisión posible a qué segmento deseamos enfocarnos.



- Un mismo producto, en este caso el servicio de entrenamiento personal puede dirigirse a distintos segmentos según la campaña de marketing que se realice. Una campaña puede ser orientada a un perfil con objetivos de pérdida de peso y una segunda a otro tipo de perfil de cliente con objetivos más orientados a la definición o el aumento de masa muscular.

Para poder segmentar de forma correcta nuestro mercado podemos utilizar cuatro formas principales:

1. **Geográfico:** nos basaremos en la ubicación geográfica del consumidor. Se pretende que nuestro mensaje, servicios o productos, lleguen a las personas que estén en el entorno más próximo o en zonas geográficas concretas.
2. **Demográfico:** para este criterio utilizaremos variables como la edad, el género, el nivel educativo, la renta o ingreso económico y la ubicación geográfica. Podemos segmentar nuestra oferta de entrenamientos o servicios personalizados en función de la edad, ofreciendo servicios específicos para mayores, adultos, jóvenes, etc.
3. **Psicográfico:** en este caso utilizaremos variables como la personalidad, los valores, los intereses y los hábitos de consumo. Por ejemplo, segmentaremos el mercado según los intereses del consumidor, ofreciendo servicios específicos de entrenamiento para perder peso, tonificación, salud,

entrenamiento para un deporte específico, etc.

4. **Conductual:** este criterio se basa en el grado de lealtad de nuestro cliente, la frecuencia de asistencia, la ocasión de compra o el nivel de conocimiento del producto o servicio. Por ejemplo, podremos segmentar nuestra oferta de actividades por la frecuencia de asistencia, ofreciendo diferentes tipos de entrenamiento e intensidad en función del perfil y del tipo de cliente asistente.

Estos criterios de segmentación son solo los más comunes, y es importante recordar que la elección del criterio adecuado dependerá del objetivo y del tipo de producto o servicio que se ofrezca.

También hay que asumir que es posible realizar una segmentación equivocada, y es por ello que habrá que realizar pruebas y varias prácticas, analizándolas y extrayendo conclusiones por si hay que modificar cualquier planteamiento realizado. De esta forma, sabremos con la mayor precisión posible con quién es nuestro público objetivo y cuál es la mejor manera de llegar y estar en contacto con él.

La segmentación por tanto, es altamente recomendable en muchos aspectos, especialmente como hemos comentado en el marketing y la investigación. A continuación, detallamos algunas de sus principales razones por las que recomendamos su uso:

- **Identifica las necesidades del consumidor:** nos ayuda

a identificar las necesidades y preferencias de los consumidores dentro de un mercado. Colabora en el diseño de productos, servicios y estrategias de marketing que se adapten a las necesidades específicas de cada segmento de consumidores.

- **Mejora la satisfacción del cliente:** al diseñar productos y servicios que satisfagan las necesidades específicas de los diferentes segmentos de clientes, se puede mejorar su satisfacción y, por ende, la lealtad hacia nuestra marca.
- **Mejora la eficiencia del marketing:** nos ayuda también a optimizar los recursos de marketing y a diseñar estrategias de comunicación específicas para cada segmento. Esto puede aumentar la eficiencia del marketing y reducir los costos.
- **Nos hace más competitivos:** la segmentación permite a las organizaciones además a identificar oportunidades de mercado no atendidas y a desarrollar estrategias competitivas más efectivas.

Para concluir, incidir desde estas líneas sobre la importancia de segmentar y de cómo ayuda a las organizaciones a comprender mejor a sus clientes, tanto potenciales como consumidores, a diseñar de forma adecuada productos y servicios que satisfagan sus necesidades, y a mejorar la eficiencia del marketing y la comunicación siendo más competitivas en el mercado en el que operan.

# CLUB NATACIÓ ATLÈTIC-BARCELONETA

## UN CLUB CENTENARIO AL SERVICIO DEL DEPORTE SOCIAL Y DE ÉLITE

El Club Natació Atlètic-Barceloneta (CNAB), entidad sin ánimo de lucro y declarado de utilidad pública, nace de la fusión de dos históricos clubs de natación en Barcelona. El Atlètic fundado en 1913 y el Barceloneta en 1929.

Su principal misión es el fomento y la promoción de la práctica deportiva, en todas sus vertientes. Deporte social creando hábitos saludables, deporte formativo trasladando a los niños sus valores de esfuerzo, disciplina y motivación y deporte de competición desde la base a la élite.

Su trayectoria al servicio del deporte social y competitivo ha estado distinguida con los más altos honores. Ha sido reconocido con la Placa de Oro de la Real Orden del Mérito Deportivo del Consejo Superior de Deportes, la Creu de Sant Jordi de la Generalitat de Catalunya, la Medalla de Oro al Mérito Deportivo del Ayuntamiento de Barcelona y la Placa Olímpica al Mérito Deportivo del Comité Olímpico Español.



### INSTALACIONES DE ENSUEÑO Y SERVICIOS DE PRIMERA CALIDAD

Situado en un marco incomparable, en primera línea de mar, cuenta con unas magníficas instalaciones de 22.000m<sup>2</sup>. Instalaciones en las que ha invertido en los últimos 5 años más de 9M€. Y a este impresionante escenario se le une un amplio abanico de actividades y de servicios, todos orientados a la salud, el deporte y el bienestar de sus más de 12.000 socios. Instalaciones y servicios en continua mejora y crecimiento.

### INSTALACIONES

5 piscinas (dos de ellas exteriores climatizadas) – solárium de 2.000m<sup>2</sup> – 1 sala de fitness de 1.500m<sup>2</sup> para socios – 1 sala de fitness de 600m<sup>2</sup> para deportistas – 4 salas de actividades dirigidas – espacio crossfit – SPA con piscina de hidromasaje, camas de agua, piscina de contraste, sauna, baño de vapor, fuente de hielo, cabina de sal con bancos calientes, duchas de sensaciones y zona de relax – 4 pistas de pádel – arenal – 4 vestuarios de socios – 1 vestuario de deportistas de élite – 12 vestuarios de deportistas y grupos – sala estudio y coworking.



# EL WATERPOLO Y LA NATACIÓN, SU RAZÓN DE SER

Este Club centenario, ha forjado una de las mejores escuelas de natación y de waterpolo de Europa. Con más de 400 nadadores y waterpolistas, es referente por el alto nivel de rendimiento de sus deportistas en las diferentes competiciones.



Es, sin lugar a duda, el Club de referencia español de waterpolo y uno de los mejores de Europa. Su primer equipo absoluto masculino cuenta con un palmarés imponente. 1 Copa de Europa, 1 Supercopa de Europa, 3 bronce en Europa, 22 Ligas de División de Honor, 19 Copas del Rey y 17 Supercopas. Su equipo no solo consigue títulos para el Club sino también para España ya que la gran mayoría de los jugadores de la selección proviene del Club de la Barceloneta. Un ejemplo reciente es que en el pasado Mundial de waterpolo 2022, celebrado en Budapest, 8 de los 13 componentes del conjunto nacional eran jugadores del CNAB.

## EVENTOS QUE GOZAN DE UN GRAN RECONOCIMIENTO INSTITUCIONAL

Y no solo eso, sino que ofrece una visión integral del deporte puesto que también se ha convertido en un referente en la organización de eventos deportivos de amplia proyección internacional. Ya sea la Final Six de la LEN Waterpolo Champions League, que ha organizado hasta en 3 ocasiones, o la LEN Open Water Cup, en la que reúnen a los mejores nadadores de Europa de aguas abiertas. Sin olvidar la tradicional Travesía al Puerto de Barcelona, prueba decana de la natación popular, y que es cita obligada para todos los amantes de la natación.



## MODELO DE GESTIÓN RESPONSABLE

Para poder llevar a cabo su proyecto deportivo y social, el Club Natació Atlètic-Barceloneta, se asienta en un modelo de gestión sólido, en donde la eficiencia, la responsabilidad y la sostenibilidad son sus mayores pilares. Un proyecto consolidado, pero en continua evolución, que ha situado al CNAB en la cabeza de las instalaciones municipales de Barcelona.

Más allá de la vertiente deportiva, el CNAB se ha preocupado y ocupado por ser un Club responsable, antes que nada, con las personas, pero también económica y medioambientalmente.

Tiene muy presente que la responsabilidad social corporativa es un ejercicio de alta exigencia, pero necesario para contribuir a la mejora social, económica y ambiental. Y es que el posee la firme convicción de que una entidad social como la suya se construye y fundamenta en las relaciones que teje con el entorno.

Con una facturación anual de 8M€, se muestra como un Club económicamente fuerte, dirigido con profesionalidad y transparencia. Y eso se refleja en la credibilidad y reputación, que goza ante las instituciones, entidades y socios.

## MIRADA SOSTENIBLE

En los últimos tiempos, ser un Club sostenible quizás ha sido y es uno de sus desafíos más importantes. El CNAB busca ser un Club sostenible y responsable, que cuida de su entorno y contribuye a reducir el impacto medioambiental.



Fotografía de Fabian Richter

Y esto pasa por tener unas instalaciones sostenibles y responsables con su actividad diaria. Para ello, han implementado con éxito toda una serie de iniciativas.

En 2019 instalaron 3 calderas de biomasa, que se autoalimentan con pellet de km 0 y que producen el calor suficiente para climatizar las piscinas y el ACS, reduciendo un 90% el consumo de gas.

A principios de 2022, instalaron 325 placas fotovoltaicas en la azotea de la piscina interior, que representa de su total de consumo eléctrico, un 15% proveniente de energía renovable.

Desde 2015, la piscina interior se trata con el sistema Freepool, de Fluidra. Solución integral y revolucionaria, única en el mundo, que desinfecta el agua con la tecnología más natural y sostenible del mercado, la Neolysis, y regula los niveles de pH inyectando CO<sub>2</sub> de alta eficiencia a través del GVG System. Supone grandes ventajas ya que reduce un 75% la presencia de oxidantes en el aire y un 66% el consumo de agua. Además, aporta muchos beneficios en la salud de los usuarios ofreciendo un espacio más limpio. Beneficios

avalados por un estudio científico realizado por el Hospital Clínic y la Universitat Autònoma de Barcelona.

Todas estas medidas tienen un claro objetivo. A nivel energético les hacen más eficientes y autónomos, reducen consumos y, por encima de todo, minimizan el impacto medioambiental.

Se trata de un compromiso real que queda patente con su participación en la Red Barcelona+Sostenible, que apuesta por una ciudad más sostenible. Otra clara muestra de su implicación es que han sido seleccionados por votación popular, para ser una de las 44 organizaciones entre 1800, como nuevo miembro del Consejo Ciudadano para la Sostenibilidad Ambiental del Ayuntamiento de Barcelona. Este organismo asesora en relación con las políticas públicas en materia de sostenibilidad ambiental y lucha contra la emergencia climática. El CNAB se encargará de aportar temas de debate relacionados con el impacto ambiental de la actividad deportiva en la ciudad y específicamente en el frente litoral.

**PERO ANTE TODO, EL CLUB NATACIÓ ATLÈTIC-BARCELONETA, EL CNAB, SE DEFINE COMO UN CLUB DE PERSONAS QUE AMAN EL DEPORTE Y FORMAN UNA GRAN FAMILIA**

## El baloncesto madrileño contra el cáncer infantil

*Durante un fin de semana los puntos anotados valieron más que nunca*

**Texto: FBM**

**Fotos: Rocío Benítez**

Fue el fin de semana de la solidaridad y la unión. Más de 40 clubs y cerca de 10.000 jugadores se unieron a la iniciativa 'Canastas contra el cáncer infantil', organizada por la Fundación Unoentrecienmil y Federación de Baloncesto de Madrid. Un fin de semana, el de 11-12 de febrero, en el que los puntos anotados valieron más que nunca porque se convirtieron en aportaciones económicas para la Aceleradora Unoentrecienmil, que llevará el ejercicio físico a los niños y niñas con cáncer de toda España.

“No vamos a hablar del problema, vamos a hablar de la solución – señaló Elena Huarta-Mendicoa, presidenta de la Fundación Unoentrecienmil- y la solución se llama investigación. No hay otra. Gracias a la investigación hemos demostrado que cuando los niños hacen ejercicio físico se acelera su curación. Por eso existe ‘Canastas contra el cáncer infantil, para acelerar esa curación’. Santos Moraga, presidente de la FBM, expresó el decidido apoyo de la federación, y de todo el baloncesto madrileño, a la iniciativa “desde el mismo momento en que nos la propusieron”.



## Nacen las Ligas Ahorramas

*La cadena de supermercados se une a la relación de patrocinadores de la Federación de Baloncesto de Madrid y da nombre a las categorías especiales.*

**Texto: David González (FBM)**

**Fotos: Rocío Benítez / FBM**

Las categorías Especiales de la Federación de Baloncesto de Madrid, las más altas dentro del baloncesto formativo de la Comunidad de Madrid, tienen nueva denominación: Ligas Ahorramas. La cadena de supermercados se une así a la relación de patrocinadores de la FBM en una apuesta por el deporte de base enmarcada dentro de su proyecto #AlimentandoElFuturo, cuyo objetivo es transmitir la importancia de una alimentación equilibrada y un estilo de vida saludable. Las ligas Especiales, en categorías Júnior, Cadete e Infantil, agrupan a más de 250 equipos y alrededor de 3.000 jugadores y jugadoras de entre 12 y 17 años.

En el anuncio del acuerdo, Eusebio Rubio, director general de Ahorramas, explicó que “el baloncesto es nuestra familia y Madrid es nuestra casa. Somos el compañero idóneo para el deportista porque nos ocupamos de proporcionarle una alimentación saludable”. Dentro de su apuesta por el baloncesto, Ahorramas ya tiene acuerdos con el Movistar Estudiantes y el Baloncesto Fuenlabrada. Por su parte, el presidente de la FBM, Santos Moraga, apuntó que “Ahorramas y la federación compartimos ilusión y cercanía. Solo podemos agradecer esta renovada apuesta por el deporte de base”.

Ahorramas se incorpora a la relación de patrocinadores de la FBM, en la que también figuran Ibercaja, socio estratégico de la federación; VIPS, que da nombre a la Primera Nacional madrileña; Marco Aldany, que patrocina las ligas y las selecciones de minibasket; Luanvi, Molten, Asisa, Ribé Salat, Halcón Viajes, Queen Burger, Tenkey, Spalding, NBN23 y Gesdeportiva.



# Movistar Estudiantes, 75 años al



# servicio del deporte. ¡Felicidades!





## Entrevista a **Juan Carlos Martín**

Presidente  
de la Federación  
Española de Rugby

**- Comencemos por algo que une al rugby y GO fit, la salud. Destaca aspectos saludables -dentro y fuera del campo- que aporta el rugby a la sociedad.**

No voy a descubrir nada nuevo de lo que aporta el deporte a la sociedad. Pero en el caso del rugby, además de ser un deporte físicamente muy exigente que exige alta resiliencia física y mental, también crea espíritu de equipo y unión. Esto te prepara para la vida. Por eso siempre se habla de vivir el rugby y de que el rugby es vida o un modo de vida.

**- ¿Por qué aconsejarías a unos padres que apunten a sus hijos a un equipo de rugby?**

Es un deporte de equipo

excepcional tanto para mujeres como para hombres. El número de jugadores es muy alto y la diversificación es máxima. Esto hace que convivan personas de todos los somatotipos e incluso hasta cierta edad niñas y niños juntos. El espíritu de equipo, lo que implica humildad, respeto y compañerismo son fundamentales para que un equipo funcione y esto se afianzará para siempre en su modo de ser.

**- Hasta antes de la pandemia, el rugby era el deporte colectivo que más crecía en número de licencias en España, ¿qué potencial tiene este deporte en nuestro país?**

El potencial es el que nos queramos marcar. No hay límites. Está demostrado que

en cuanto se produce una situación donde hay 'masa crítica' suficiente de clubes y jugadores el rugby se consolida y se dispara.

**- ¿Qué atractivo tiene para una marca asociarse o patrocinar un club de rugby?**

Obviamente esto depende de la necesidad y el target que tenga la marca. Pero el rugby es un deporte que con poco coste relativo puede conseguir mucho beneficio. Es un deporte respetado, global, con buena imagen y gran reputación por lo que para cualquier marca puede ser muy interesante unir su visión y valores a los del rugby.

**- ¿Cómo ven a la marca 'Rugby España' fuera de nuestras fronteras?**

Un gigante dormido que hay que explotar. Vamos a transmitir confianza hacia el exterior incluso antes de tener resultados deportivos buenos, que siempre son consecuencia de una buena gestión y no el objetivo inicial para que pueda ser sostenible y gestionable.

**- Lleva más de medio año como presidente de la Federación Española de Rugby, ¿qué cambios ha introducido en este tiempo?**

Llevamos siete meses en el cargo y los cambios han sido innumerables. Veremos los resultados en el medio plazo. Hemos empezado con una nueva directiva con una capacidad enorme. Lo más difícil era conseguir estabilizar la federación a la que

de fuga de los patrocinadores. Hicimos una auditoria que nos permitió entender la gravedad de la situación, pero también tomar las medidas adecuadas y cumplir todos los compromisos que habíamos asumido a corto plazo, que eran:  
Confirmación y renovación de todos los **patrocinadores** actuales.

- Restablecimiento y refuerzo de **relaciones institucionales**: CSD, World Rugby, Rugby Europe, Adesp, COE...
- Cierre del **presupuesto** y toma de decisiones pendientes tras la última Asamblea.
- Plan **Director del Rugby Español** y arrancar proceso del plan Estratégico.



especial se puso el foco en la elegibilidad y el otorgamiento de las Fs así como en la implantación de Compliance y política clara anti conflicto de intereses.

- Acuerdo para la **retransmisión televisiva** de División de Honor generando recursos para pagar las retransmisiones hasta que el producto se pueda vender.
- Lanzar la organización de la **oficina de Soporte y Desarrollo** para los clubes y las territoriales, que pueda ayudarles a formar directivos, gestores, entrenadores, y las diferentes áreas de desarrollo y crecimiento, incluido como generar ingresos recurrentes y también atípicos y herramientas de gestión.
- Crear Grupo de trabajo integrado en área deportiva para asegurar la **seguridad** de los jugadores y la sostenibilidad de las competiciones con foco en la seguridad
- Negociaciones con WR para el desarrollo y apoyo a **Escuela de entrenadores**.
- Nueva estructura de CNA, **los árbitros**



*Las-Leonas-conquistan-su-decima-copa-de-Europa. www.ferugby.es*

entramos en una situación de crisis y reputacional sin precedentes con la eliminación de España del mundial y la posibilidad

- Revisión y reformulación de todos los **procesos relevantes**, así como de sus actuales responsables. En



- Revisión de responsables diferenciados para la Implantación social del rugby touch, rugby playa, rugby militar, rugby integración, rugby veteranos y rugby universitario.
- Nuevos comités de disciplina, de apelación, nuevo responsable en Rugby Europe, nuevo responsable de certificación, eliminación de la tasa de renovación de certificaciones de campos.
- Nuevos directores deportivos y responsables técnicos. Nuevos equipos nacionales sub 20 femenino.
- Nuevo torneo de 4 naciones femenino con Sudáfrica, EEUU y Canadá. Organización de las finales de la copa de Europa masculina y femenina en España.

### - ¿Cuáles son los planes a corto y medio plazo de la FER?

De manera inmediata estamos trabajando en:

- Transformar la federación para algún día ser un este especialista en generar y gestionar eventos.
- Incremento de los ingresos privados, incluidos patrocinios, en al menos un 50%.
- Liga de División de Honor gestionada por los clubes.
- Plan de Transformación digital y datos.
- Centros de tecnificación.
- Proyectos concretos en rugby.
- Plan de desarrollo del rugby escolar y Plan de detección de talento.

### - Tirémonos al barro: Las Leonas suelen ser 'top 10' mundial y Los Leones casi 'top 15', ¿hay posibilidades reales de crecimiento?

Por supuesto, si no, no estaríamos aquí. Pero en el modelo actual no es posible ni sostenible, Es decir, llevamos menor ritmo de crecimiento que el de nuestros competidores con lo que la distancia ahora mismo está aumentando. Esto es lo que queremos corregir.

### - Y en la FER, ¿hay también posibilidades de crecimiento en el presupuesto y, por tanto, de recursos?

Los hay y estamos trabajando en ellos. El presupuesto es la base para cumplir cualquiera de nuestros proyectos. Ya estamos incrementándolo desde que hemos llegado ligado a 4 líneas: eventos, ayudas públicas, World Rugby y patrocinadores





### - ¿Qué planes hay con los clubes, División de Honor masculina y femenina?

La situación de partida es muy diferente. Con División de Honor masculina fomentar ya una liga profesional y crear una liga intermedia entre DH y DHB. En femenino, aumentar la base mediante el apoyo a niñas, formación y el alto rendimiento femenino. Y, desde luego, crecer con los clubes y no a costa de los clubes y en la medida de lo posible construir un entorno colaborativo

### - Qué se te viene a la cabeza cuando lees o escuchas lo siguiente: 'Australia 2027'

Ahí estaremos y ganaremos algún partido en nuestro grupo.

### - ¿Cuál es la FER que esperas dejar el día de mañana?

Más que una FER, que al final es solo un ente, un rugby español que sea un deporte importante, relevante, bueno para la sociedad, respetado y querido. Pero, por supuesto, la FER necesitará estar estructurada, financiada y con las ideas claras si queremos lo anterior.



**¡DEMOSTRACIÓN GRATUITA!**

## SISTEMA DE LIMPIEZA ECOLÓGICO CON AGUA PURA

Agua pura tiene una fuerza de limpieza excelente - sin necesitar ningún producto químico.

En la limpieza con agua purificada **no es necesario aclarar ni pulir el cristal**. El cristal se seca **sin residuos ni marcas**. Se efectúa lo doble de rápido que la limpieza habitual y mejora notablemente el cálculo de costes.

### 1 KIT HYDROPOWER ULTRA S+NLITE CONNECT ALUMINIO DIUKI



### 2 KIT HYDROPOWER ULTRA L+NLITE CARBON 24K DINK2



### 3 KIT HYDROPOWER ULTRA LC+NLITE CARBON 24K DINK3



## Ventajas

**Sencillo**  
Fácil de manejar y el cambio de la resina no es complicado.

**Ecológico**  
Limpieza de cristal sin ningún producto químico.

**Rápido**  
El doble de rápido como en la limpieza de cristal habitual con un solo paso.

**Seguro**  
Trabajo seguro desde el suelo hasta el 6º piso sin plataformas elevadoras ni escaleras.

**Ahorro de costes**  
Los costes de trabajo son la mitad. No es necesario alquilar plataformas elevadoras.



958 40 50 00

atencioncliente@jumadi.es

tienda.jumadi.es



# CIRUGIA ECOGUIADA MINIMAMENTE INVASIVA PARA LA ENFERMEDAD DE DUPUYTREN. UNA REVOLUCIÓN ESPAÑOLA



*M. Villanueva, A. Iborra, H. Fahandezh-Saddi.*

La **enfermedad de Dupuytren o fibromatosis palmar** consiste en una retracción de la fascia palmar de la mano que causa contracturas en flexión de los dedos de la mano, provocando que no se puedan estirar y, por lo tanto, una limitación funcional.

Se forman nódulos, cordones fibrosos y una retracción progresiva de la piel, la fascia y los tendones. Las lesiones se localizan típicamente superficiales a los tendones flexores.

### ¿Cuál es el origen o causa de la enfermedad de Dupuytren?

Es desconocida, aunque se puede relacionar con algunas enfermedades como la diabetes, la epilepsia o el alcoholismo. Se cree que es una enfermedad hereditaria, o con algún componente familiar. Suele afectar a las personas blancas caucásicos, más frecuentemente a hombres que a mujeres y es más común a partir de los 40 años de edad, afectando hasta al 20% de las personas mayores de 65 años. Es excepcional en la raza negra. La fibromatosis plantar o Enfermedad de Ledderhose y la enfermedad de la Peyronie (una incurvación por fibrosis del pene), también se

asocian a la **enfermedad de Dupuytren**.

### ¿Qué síntomas produce la enfermedad de Dupuytren?

Puede producir dolor en la zona de los nódulos y una alteración de la función que, según evoluciona la retracción será mayor. El paciente tiene dificultad para realizar actividades con la mano, o incluso algo tan sencillo como ponerse un guante es todo un reto e incluso imposible. Las lesiones afectan con mayor frecuencia al cuarto dedo, seguido del tercero, quinto, segundo y primer dedo, en orden decreciente de frecuencia.

### ¿Cuál es el tratamiento del Dupuytren?

**La cirugía está indicada cuando el paciente tiene** dolor por los nódulos o cuerdas fibrosas, molestias y limitación funcional, generalmente con contracturas superiores a 20°.

Es importante entender que la enfermedad no se puede curar para siempre, ya que existe un componente genético y dependiendo de la edad podrá evolucionar de manera más lenta o más rápida. En un pequeño porcentaje de casos la contractura puede recidivar y tener que repetir la cirugía.

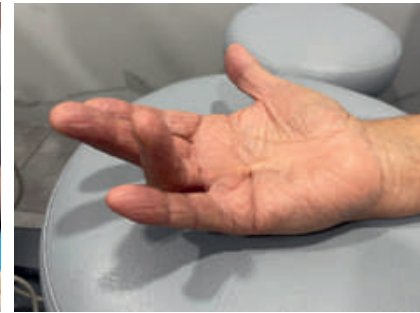
La cirugía puede ser cerrada o abierta.

La **cirugía abierta de la enfermedad de Dupuytren** consiste en la extirpación de la banda fibrosa anormal, con una incisión quirúrgica grande (**fasciectomía abierta**) o una incisión pequeña para extirpar los nódulos o algunas partes de la banda fibrosa (**fasciectomía limitada**).

Se hace con isquemia, para que el sangrado no impida identificar las estructuras, disecar los nervios, los vasos y extirpar el tejido fibroso enfermo. Hay que dar puntos. Puede ser necesario, cuando



*Dupuytren 4 y 5 dedos de la mano. Imposibilidad de poner la mano plana sobre la mesa.*



*Cirugía ecoguiada*

el dedo está muy retraído o ya ha sido operado, hacer plastias o colgajos cerrar la piel y que no se abra al extender el dedo. En algunas ocasiones en que la enfermedad ha recidivado puede ser necesario hacer injertos de piel.

Con la cirugía abierta el porcentaje de lesiones de nervios o vasos sanguíneos es más alto que con la cirugía cerrada. Además, la recuperación es más lenta, las complicaciones de la piel mayores y las recidivas, que ocurren aproximadamente en un 50 % de los casos a los 15 años de evolución, son más difíciles de tratar porque las cicatrices que quedan en la piel son muy rígidas y, con frecuencia, exigen hacer injertos de piel para poder cubrir la zona reoperada.

Otras desventajas son la necesidad de puntos de sutura, la necesidad de usar una escayola durante unos días. Por lo general, solo se opera una mano a la vez y siempre en quirófano. La fasciectomía limitada abierta es, todavía, el tratamiento más frecuente en casos avanzados de la enfermedad,

pero sus complicaciones han derivado en un crecimiento de las técnicas cerradas, las denominadas cirugías percutáneas.

Las **técnicas cerradas** incluyen inyecciones de colagenasa y cirugía percutánea con aguja.

**La colagenasa** es una enzima que disuelve el cordón fibroso. El procedimiento tiene varias desventajas. El procedimiento no es inmediato. El cirujano primero debe inyectar la enzima para que disuelva el cordón fibroso. Después de varias horas, o al día siguiente, se realiza una maniobra de extensión forzada y se rompe la cuerda fibrosa. El problema es que la enzima no es perfectamente selectiva sobre la fibrosis y las tasas de desgarros de la piel llegan al 20% -30%. Como la mayoría de cirujanos no usan ecografía, el cordón debe ser palpable. Además, el coste de la enzima ha aumentado hasta 5000 euros un bote, en nuestro medio, encareciendo el procedimiento.

**La cirugía cerrada percutánea** consiste en cortar el cordón, la banda fibrosa, sin extirpar el

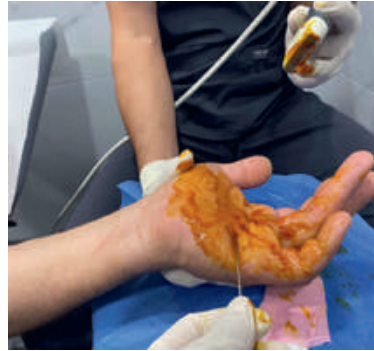
tejido anormal, con múltiples perforaciones realizadas con una aguja, como un trepado.

No requiere isquemia del brazo, se puede realizar en quirófano o en consulta, con anestesia local.

**Hay tres formas de cirugía cerrada o cirugía percutánea:** clásica, asistida por ecografía y guiada por ecografía.

**La aponeurotomía percutánea clásica** se realiza a ciegas, por palpación de los cordones o banda fibrosa, sin usar ecografía, por lo que el cordón fibroso ha de ser visible y palpable. El cirujano hace múltiples pinchazos a diferentes niveles de forma vertical o perpendicular. Los problemas con este tipo de cirugía son que no se controla la profundidad de la inserción de la aguja ni la posición real de los vasos, tendones y nervios.

**La aponeurotomía asistida por ecografía es un procedimiento quirúrgico ciego** que usa la ecografía antes de las punciones con la aguja para mapear el trayecto de las cuerdas. Después de este mapeo o delineación de las



Los cordones fibrosos se cortan con la punta de una aguja. El resultado es inmediato y el paciente mueve la mano al instante.



Cirugía abierta con desgarro de la piel por cicatrices previas rígidas frente a cirugía ecoguiada.

cuerdas, las punciones se realizan a ciegas, como en la aponeurotomía clásica, sin control directo de los vasos, nervios o tendones o de la profundidad de las punciones.

El enfoque más novedoso y seguro es la **aponeurotomía guiada por ecografía**, que representa una revolución en el tratamiento de la enfermedad. El cirujano gracias a la ecografía podrá estar viendo en directo las cuerdas, bandas fibrosas, los tendones flexores, los vasos y los nervios, evitando dañar estas estructuras, por tanto, no es un procedimiento ciego.

La intervención se realiza con 4-5 perforaciones de 1 mm, con anestesia local, sin isquemia, en la consulta, no en el hospital, se pueden

operar las dos manos a la vez, no se dan puntos y el paciente puede mover los dedos inmediatamente, por lo que se puede esperar una recuperación más rápida. La cirugía ecoguiada reduce el riesgo de desgarros y complicaciones a un porcentaje mínimo menor del 5%, frente al 5-15% con la técnica clásica ciega. Además, se pueden tratar las contracturas de la articulación interfalángica, uno de los problemas más difíciles en la enfermedad de Dupuytren.

El procedimiento se puede repetir si es necesario, pues no genera cicatrices rígidas que puedan comprometer la integridad de la piel si se necesitan cirugías adicionales, como en la cirugía abierta.

La corrección de la contractura es inmediata, no hay que esperar para mover la mano ni proteger la herida para que cicatrice. Para muchas profesiones los pacientes no tienen que interrumpir sus actividades. Se abaratan los costes y las bajas laborales son mínimas.

El equipo de Avanfi ha sido pionero en la descripción de la **cirugía ecoguiada ultramínimamente invasiva de la enfermedad de Dupuytren** (incluida en el catálogo de formación de la Academia Americana de Cirujanos Ortopédicos, AAOS 2020) de la que muchísimos pacientes se han beneficiado sin los riesgos de las cirugías abiertas o a ciegas. La técnica está publicada en el [Journal of Hand Surgery](#).



## Oferta Pública de Empleo para Gestores Deportivos

### Convocatorias abiertas

- 5 plazas titulado/a en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, Ayuntamiento de L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)
- 1 plaza de Técnico Deportivo, Ayuntamiento de El Garrobo (Sevilla)
- 1 plaza de Técnico/a Superior (Jefe/a de Sección de Deportes), Ayuntamiento de Mollet del Vallés (Barcelona)
- 1 plaza de Director del servicio-delegación de deportes, Ayuntamiento de San Roque (Cádiz)
- 1 plaza de Coordinador Técnico de Instalaciones Deportivas, Ayuntamiento de Almacelles (Lleida)
- Bolsa de trabajo para Técnico Superior de Deportes, Ayuntamiento de Puigcerdà (Girona)
- 20 plazas de Técnico/a Superior Ciencias Actividad Física y Deporte en Oferta de Empleo Público, Ayuntamiento de Madrid
- 1 plaza de Técnico/a Especialista de Deportes, Ayuntamiento de San Sebastián de los Reyes (Madrid)
- 1 plaza de TSAAFD (Téc. Actividades Física y Deportivas), Ayuntamiento de Vilagarcía de Arousa (Pontevedra)
- 3 plazas de T.A.E. Licenciado/a Educación Física en Oferta de Empleo Público, Diputación de Málaga
- 9 plazas para Profesor/a de Educación Física, Junta de Extremadura
- 1 plaza de Jefe/a Área Servicios en Materia de Deporte, Ayuntamiento de Tomelloso (Ciudad Real)
- 1 plaza de Director Técnico del Patronato Municipal de Deportes, Ayuntamiento de Palencia
- 2 plazas de Técnico/a Superior de Deportes, Ayuntamiento de Vilanova y la Geltrú (Barcelona)

Información facilitada por [www.oposicionesdeporte.com](http://www.oposicionesdeporte.com)



# La importancia del Ejercicio Físico en el Embarazo y Post Parto



**Mariela Villar Heidelberger, PhD**

Directora Embarazo Activo® y Post Parto Activo®

*Es sabido que el ejercicio físico es de suma importancia durante toda la vida, pero más aún se si trata de un momento tan especial en la mujer como es el embarazo y la recuperación post parto. Los profesionales de la salud lo recomiendan, apoyados de múltiples estudios científicos que dan aval al ejercicio físico pre y post parto.*

Desde hace 20 años desde Embarazo Activo ya daba cuenta de lo importante que era tener un embarazo en movimiento para lograr llegar en mejores condiciones al parto y una mejor recuperación post parto.

Sus múltiples beneficios conllevan la realización de ejercicio físico pautado y guiado por un profesional especializado durante el período de gestación. Algunos de ellos son:

- Previene el aumento exagerado de peso.
- Ayuda a prevenir y reducir la aparición de várices; alivia los dolores de columna y espalda, típicos de este período por las malas posturas que adopta la mamá; previene y mejora la hipertensión y la constipación.
- Facilita tener un mejor parto, ya que se trabaja la musculatura del suelo pélvico y el periné, zonas fundamentales en el momento de dar a luz.
- Reduce el estrés y mejora el humor.
- Ayuda a dormir mejor.
- Mejora la autoestima. Al verse bien y activa, la mamá se siente más segura.
- Prepara para el amamantamiento: trabajar los músculos de los brazos, bíceps, tríceps y deltoides es muy importante ya que participan activamente en el momento de sostener y amamantar al bebé.
- Oxigena el cuerpo, favorece el movimiento circulatorio general.
- Al sentirse bien, le transmitirá esa sensación a su bebé, que también se beneficiará con el estímulo de adrenalina que genera al estar en movimiento.

Durante el post parto también es de suma importancia estar activa, respetando las fases que conlleva la recuperación. Hay una fase inmediata al parto que si bien no se recomienda pautar sesiones rigurosas, sí es recomendable que la reciente mamá esté activa por medio de ejercicios de movilidad general, caminatas que pueden ser de paseo con el bebé y una vez que logre un mínimo orden de las rutinas con el recién nacido y tener ella misma sus necesidades básicas, como el sueño y alimentación algo ordenadas, sí comenzar con sesiones pautadas. Todo este proceso sería unos 30-40 días en parto vaginal y unos



45-50 días en un parto por cesárea. Ya no se recomienda el reposo absoluto o no moverse, sino que una mejor recuperación será con un Post Parto Activo.

La recuperación postparto la podemos dividir en fases para una mejor planificación de las actividades:

- Post Parto Inmediato: los primeros días de nacido el bebé

Caminatas y ejercicios de movilidad general

- Post Parto Reciente: los primeros meses de nacido del bebé

Caminatas, recuperación de movilidad general, ejercicios con su propio peso. Carga externa en miembros superiores.

- Post Parto Intermedio: pasado el 3er mes del parto

Se continúa con trabajo de fase anterior y se incrementa la carga de trabajo e intensidad de ejercicios.

- Post Parto Avanzado: luego de los 6-7 meses del parto

Se comienza a hacer una transferencia a su plan de ejercicios anterior al embarazo.

Dependerá si la reciente mamá comenzó inmediatamente luego del parto a moverse, sino iniciará su plan de ejercicios desde la 1era fase, hasta ir cumpliendo objetivos de cada fase.

Es muy importante que todo el acompañamiento de las actividades sea desarrollado por un profesional del ejercicio físico formado para ello y a su vez, que durante el embarazo y más aún en el post parto, la mujer se realice una evaluación del suelo pélvico por una fisioterapeuta para que la

planificación sea acorde a lo que necesita cada futura y reciente mamá.

No olvidar que un buen post parto se prepara en el embarazo. Debemos de acompañar a esta población que cada vez va tomando más conciencia de los beneficios de estar activa y darles las herramientas necesarias por medio de clases específicas para que se sientan cuidadas y atendidas en las instalaciones deportivas a las que concurran.



# “Si el deporte municipal se cae, se cae el deporte del país”

**(Fernando París Roche)**

**Aunque solo sea por oír esta afirmación, mereció la pena organizar el Congreso de Deporte Municipal celebrado el pasado 11 de marzo.**

El Congreso se inauguró recibiendo las llaves virtuales del INEF de las manos del Decano Vicente F. Gómez Encinas, al que siempre hay que agradecer su hospitalidad.

El primer acto fue la conferencia de Fernando París Roche, presidente de FAGDE, en la que se pudieron escuchar frases como la que está en el titular de este reportaje.

La conferencia de Fernando París Roche no se puede resumir. Sólo escuchándola íntegramente se puede aprovechar el magistral repaso que hizo del deporte municipal.

El QR de la primera parte del Congreso enlaza con el vídeo con el contenido íntegro de la conferencia. Es aconsejable tenerlo a mano como material de consulta para los directivos y gestores del deporte municipal.

El resto del congreso fue dividido en tres partes:

- EXPERIENCIAS
- INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y DESARROLLO (I+I+D=)
- RECONOCIMIENTOS

## **EXPERIENCIAS**

El ciudadano de un municipio con poca población es tan importante como el de una gran ciudad. La competencia de promoción del deporte es la misma.

Es evidente que la dimensión del municipio hace que la gestión no sea igual. Se hizo un recorrido desde la gestión directa, a través de empresa pública, concesión y contratación de servicios del Ayuntamiento de Zaragoza, a la promoción en un municipio de Talamanca del Jarama con algo más de 4.000 habitantes, en el que la gestión se caracteriza por la polivalencia de su coordinador de deportes. Pasando por la mancomunidad de pueblos de la sierra madrileña

a través de la Agrupación Deportiva de la Sierra, y la experiencia de Líder Sport, empresa especializada en gestión deportiva de municipios de población media.

Por último, pudimos asistir a una lección de historia del deporte español impartida por Fernando de Andrés.

Esta es la relación de ponentes:

- Jesús Giménez Alonso  
Técnico de la Unidad de Gestión Indirecta del Servicio de Instalaciones Deportivas Ayuntamiento de Zaragoza
- Diego Morona Puentes  
Coordinador de deportes Ayuntamiento de Talamanca del Jarama
- José Ángel Prieto Jiménez
- Agrupación Deportiva de la Sierra
- David Baonza del Moral  
Socio fundador y director de operaciones de Líder Sport
- Fernando Andrés Pérez  
Arquitecto. Exdirector General de Deportes de la Comunidad de Madrid

## **INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN Y DESARROLLO (I+I+D=)**

Salir de la zona de confort a la que se refirió Fernando París en su conferencia inaugural, requiere procesos de mejora continua que pasan por la investigación, innovación y desarrollo, es decir, I+I+D.

Conocimos tres ejemplos de I+I+D. El primero el de la empresa SQ Mobiliario que hizo una presentación de sus soluciones de mobiliario y revestimientos de vestuarios de instalaciones deportivas aplicando la tecnología más vanguardista.

Los siguientes ejemplos de I+I+D fueron la



digitalización, investigación, y procesos de mejora servicios que hicieron brillantemente profesionales muy cualificados de Ingesport GO-fit.

Estos fueron los ponentes:

- Cristóbal Molleja Melgar
- Accionista SQ MOBILIARIO
- Manuel Estébanez Blanco Ingeniero Informático  
CIO en Ingesport-GO fit
- Alejandro Viedma Morales  
Grado CCAFD  
Product Manager y Director GO fit Físico

## RECONOCIMIENTOS

La parte de reconocimientos se inició recordando el que se hizo a los compañeros Javier Fernández Gandoy y Ana Espadas López por la Junta Municipal de Hortaleza por su labor profesional en ese distrito de Madrid.

Este es el QR del vídeo de este acto en el Pleno de la Junta municipal de Hortaleza de Madrid:



El broche de oro del congreso fue el anuncio de la creación de los premios Manuel Zambrana Contreras a la divulgación del deporte municipal, y Joaquín Rosado Paralta al trabajo ejemplar en el deporte Municipal.

A continuación, se hizo entrega de los premios.

La relación de los premiados de cada modalidad es la siguiente:

PREMIO	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
MANUEL ZAMBRANA CONTRERAS	Antonio	Montalvo	del Lamo
JOAQUIN ROSADO PARALTA	Ángel Luis	López	de la Fuente
MANUEL ZAMBRANA CONTRERAS	Eduardo	Barrera	Galíndez
JOAQUIN ROSADO PARALTA	Ángel	Carpio	Castaño
MANUEL ZAMBRANA CONTRERAS	Fernando	Andrés	Pérez
JOAQUIN ROSADO PARALTA	José Luis	Jaraíz	Azcona
MANUEL ZAMBRANA CONTRERAS	Fernando	París	Roche
JOAQUIN ROSADO PARALTA	Rafael	Pajarón	García de la Cueva
MANUEL ZAMBRANA CONTRERAS	Juan	Iglesias	Hidalgo
JOAQUIN ROSADO PARALTA	Antonio	Fernández	Ortiz

## BRINDIS FINAL DEL CONGRESO

Durante el congreso se produjeron los reencuentros con compañeros de la universidad, profesores, compañeros de trabajo, es decir, con amigos con los que brindamos al final deseando encontrarnos otra vez los que nos sentimos parte de la comunidad del deporte municipal.



QR CONGRESO DE DEPORTE MUNICIPAL PRIMERA PARTE



QR CONGRESO DE DEPORTE MUNICIPAL SEGUNDA PARTE



Foto de familia de los asistentes al Congreso



Manuel Zambrana (DEP) dio nombre a uno de los premios



Joaquín Rosado (DEP) dio nombre a uno de los premios



De izda. a dcha. Pepa Arroyo -viuda de Manuel Zambrana-, Nacho Zambrana y Paloma Carmona -viuda de Eduardo Barrera-



De izda. a dcha Nacho Zambrana y Antonio Montalvo recogiendo el primer premio Manuel Zambrana



Ángel Luis López Lafuente recogiendo el primer premio Joaquín Rosado Paralta



Paloma Carmona -viuda de Eduardo Barrera- recogiendo el primer premio Manuel Zambrana



Lola Ruiz recogiendo el premio Joaquín Rosado Paralta para Ángel Carpio Castaño



Juan Iglesias Hidalgo recogiendo el premio Manuel Zambrana Contreras



Fernando Andrés recogiendo el premio Manuel Zambrana Contreras



Fernando París recogiendo el premio Manuel Zambrana Contreras



Antonio Fernández Ortiz recibiendo el premio Joaquín Rosado Paralta



José Luis Jaraíz Azcona recogiendo el premio Joaquín Rosado Paralta



Rafael Pajarón García de la Cueva recibiendo el premio Joaquín Rosado Paralta

# innOva2

limpiezas

## Vocación de Servicio

Especialista en limpiezas de centros deportivos

Más de 25 años de experiencia

Expertos en planificación y gestión de personal de limpieza para centros deportivos.



[www.innova2limpiezas.es](http://www.innova2limpiezas.es)

# SQ Mobiliario patrocina el Congreso Municipal de Deportes en Madrid



El pasado sábado 10 de marzo tuvo lugar el **Congreso Municipal de Deportes** en Madrid, una jornada donde se contó de la participación de grandes referentes del sector deportivo, ofreciendo una visión del deporte municipal para el siglo XXI y se trataron temas de investigación, innovación y desarrollo (I+I+D) en esta industria.

SQ Mobiliario, como empresa referente de mobiliario de vestuario desde más de 30 años, patrocinó la jornada y participa con una ponencia presentando sus soluciones para vestuarios de tercera generación.

**“Vamos más allá de la equipación de vestuarios, queremos revolucionar con nuevos ma-**

**teriales y estamos trabajando con productos sostenibles”** señala Cristobal Molleja, nuevo accionista de SQ Mobiliario.

Las instalaciones deportivas no solo son un lugar donde los usuarios se cambian, son espacios donde queremos que se sientan cómodos y estén a gusto. Creamos espacios arquitectónicos en los que prime la funcionalidad, la privacidad, la higiene y la seguridad por medio de nuestro mobiliario. Trabajamos junto con el cliente, estudiando y diseñando cada proyecto a medida según sus necesidades y requerimientos, ofreciendo una solución integral del diseño y construcción del vestuario hasta la equipación del espacio con sistemas de última tecnología.



# OTS®PULSE

**OPTIMIZA TU GESTIÓN,  
ESPACIO Y EXPERIENCIA  
DE USUARIO.**

## **GESTIÓN EN TIEMPO REAL**

Informes configurables sobre uso, análisis de ocupación, horas punta, alarmas etc.

## **MANTENIMIENTO REDUCIDO Y SIMPLIFICADO**

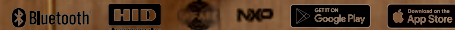
Autonomía hasta 8 años.

## **INTEGRACIÓN**

Integrable en el software de gestión existente en la instalación vía API o SDK.

## **MULTITECNOLOGÍA**

Pulsera RFID y/o Smartphone.



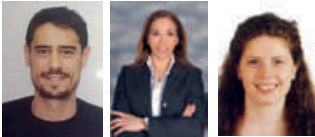
**ojmar®**

INTELLIGENT LOCKING SYSTEMS



# La planificación de la actividad física en los modelos sanitarios: ¿estamos preparados para este nuevo reto? (Parte 2)

Propuesta para la elaboración de un modelo de planificación intersectorial de la receta deportiva



**Víctor Jiménez Díaz-Benito** <sup>1,2</sup>

**Marta García Tascón** <sup>2,3</sup>

**Ana María Magaz González** <sup>2,4</sup>

<sup>1</sup> APS Good Shape, SLU

<sup>2</sup> Riasport. Red estatal para la investigación de la seguridad deportiva

<sup>3</sup> Universidad Pablo de Olavide de Sevilla. Grupo MOTIVA2

<sup>4</sup> Universidad de Valladolid. Grupo IG OID.

En el anterior número de la revista (nº 61) poníamos encima de la mesa la necesidad de esta nueva figura de los profesionales de la actividad física y el deporte. Pese a la falta de un estudio en profundidad de la oferta de profesionales enfocados a la *readaptación y reeducación física mediante ejercicio físico, actividad física o deporte para la vida cotidiana y para el caso de alguna lesión o patología*, la demanda de actividades físicas orientadas al tratamiento coadyuvante de patologías prescritas por los facultativos muestra una tendencia que refleja el presumible crecimiento de esta oferta. En España la mitad de la población sufre enfermedades crónicas. Esta incidencia aumenta hasta el 90% en las personas mayores de 65 años, suponiendo la primera causa del gasto sanitario (ww.ine.es).

*Estos datos son una clara manifestación de la necesidad de planificar la actividad física en los modelos sanitarios*

Los últimos informes en relación con la inversión en actividad física muestran un retorno promedio de 10 euros por cada euro invertido, y la literatura científica ha evidenciado que determinados hábitos de vida, entre los

que se incluye la actividad física, pueden prevenir el padecimiento de algunas enfermedades crónicas en España. Por ejemplo, el ejercicio físico debidamente programado y supervisado, no sólo contribuye a la seguridad en la práctica en sí misma, sino que puede complementar el tratamiento de la diabetes tipo 2, la enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC), la osteoporosis o el dolor crónico (European commission, n.p.).

Pero, a pesar de los beneficios de la práctica regular y continuada de actividad física, no existen estrategias transversales eficaces para incorporar la actividad física en la estructura sanitaria y que permitan complementar receta deportiva y tratamientos clínicos convencionales. Estas estrategias, además, optimizarían la supervisión de los pacientes y ayudarían a mejorar la percepción que estos tienen del seguimiento que se hace de su dolencia.

*Las enfermedades crónicas suponen un 80% de las consultas de Atención Primaria y el 60% de las hospitalizaciones*

Hasta ahora, el rastreo principal de una patología crónica es clínico y el

tratamiento convencional farmacológico. Estos pacientes pueden requerir atención ambulatoria u hospitalaria y, en determinados casos, intervención quirúrgica. Sin embargo, hoy día existen al menos 26 enfermedades crónicas cuyo tratamiento convencional puede ser complementado por la práctica de actividad física a partir de la comprensión de los mecanismos de acción y prescribiendo el tipo y dosis de ejercicio óptimos para estos pacientes (Pedersen y Saltin, 2015).

Este tratamiento complementario podría ayudar a que estas personas viesen satisfecha su demanda latente de atención y supervisión. Además, contribuiría a estabilizar y mejorar la empleabilidad deportiva y, creemos que, también a reducir el gasto sanitario. Pero siendo necesario incentivar una coordinación clínica profesional multidisciplinar.

Una dificultad para ello es que la regulación profesional del educador físico deportivo, deja hueco para la descoordinación entre los distintos territorios autonómicos en relación con las áreas competenciales de estos profesionales y su aplicación a segmentos,

expectativas y posibilidades de pacientes crónicos a los que se dirigirían sus servicios.

En este escenario, si las entidades que ofertan actividad física y deporte (parte del sistema sanitario, centros de trabajo, empresas, ayuntamientos, resto de tejido asociativo vinculante),<sup>1</sup> no logran coordinar conjuntamente sus servicios y adaptarlos a su población objetivo (realidades sociales, enfermedades, prescripción médica, etc. diferentes) será difícil que puedan mejorar exponencialmente los resultados de los tratamientos a todas las personas y escenarios. Pues, como escribe Martínez del Castillo (2014):

si luego en la prestación del servicio, no hay la persona profesional adecuadamente de la función concernida, adaptando la actividad física, el ejercicio físico y/o la actividad deportiva a las expectativas y características de los clientes, habrá unas considerables en vez de que continúen incrementándose las personas que incorporen la actividad física a sus estilos de vida y Esta regulación profesional pendiente es especialmente necesaria cuando no estamos hablando de personas sanas y adultas (...).

En este contexto, se ha constituido, acrecentado y acelerado por la pandemia, la Sociedad Española de Atención a las Personas con Enfermedades Crónicas (SEAPEC), La finalidad es ofrecer asistencia integral a estos pacientes que han visto reducida significativamente su atención médica (rigurosa y continua), trayendo consigo

un aumento del número de hospitalizaciones y fallecimientos, desaliento y mala percepción del sistema sanitario, sobre todo en las personas mayores, vulnerables y desprotegidas.

El modelo de la SEAPEC y otros emergentes, como la propuesta que estamos relatando, advierten ser enfoques y modelos válidos para coyunturas locales (aunque no universales). Siendo así necesario profundizar en los elementos estratégicos y de implementación de los proceso para llevar a cabo la propuesta de la inclusión de la receta deportiva.

### CONCLUSIÓN

Se hace necesario coordinar estrategias de inclusión y desarrollo de la receta deportiva entre los diferentes territorios autonómicos, en la que diferentes agentes: sector sanitario público, colegios profesionales de educadores físico deportivos y sociedades como la SEAPEC y otras, trabajen para desarrollar un modelo de intervención que ayude a los pacientes de enfermedades crónicas y mejoren la percepción que estos tienen del tratamiento y seguimiento que reciben.

### Referencias:

European Commission (n.p.). *New Eurobarometer on sport and physical activity*.

Disponible en <https://sport.ec.europa.eu/news/new-eurobarometer-on-sport-and-physical-activity>

Martínez del Castillo, J. (2014). Las funciones de los profesionales de los titulados universitarios en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte. *Extra Profesiones*.

Pedersen, B. K., & Saltin, B. (2015). Exercise as medicine-evidence for prescribing exercise as therapy in 26 different chronic diseases. *Scandinavian journal of medicine & science in sports*, 25, 1-72.

Sociedad Española de Atención a las Personas con Enfermedades Crónicas (SEAPEC) <https://seapec.net/app/home/>



# ESTRATEGIAS PARA LA PROMOCIÓN DE VALORES (II)



**Alfredo Sáenz Ibáñez**

alfredo@gestodeportivo.com

Tlf: 609909622

**Ane Urkiola Pujana**

ane@gestodeportivo.com



En el artículo anterior, se señalaba la necesidad de dotar a entrenadores/as de herramientas para promocionar los valores en su contexto deportivo.

A continuación, se señalan 4 estrategias que pueden ayudar a entrenadores/as en su desarrollo.

## Estrategia 1: entrenad@r como modelo de valores

El entrenad@r debe ser un modelo de actitudes y conductas para quienes le rodean (jóvenes deportistas, padres/madres y jueces/árbitr@s). Debe evitar la promoción de contravalores, mostrando comportamientos apropiados no sólo para quienes forman parte de su equipo, sino también para el equipo contrario. A continuación, se proponen a l@s entrenadores una serie de recomendaciones para la promoción de valores:

a) Saluda al entrenad@r del equipo contrario cuando llegues al contexto deportivo. Puedes invitarle a que l@s deportistas de ambos equipos puedan conocerse antes de la práctica deportiva (por ejemplo, cómo se llaman; en qué posición juegan...).

b) Saluda a tus deportistas cuando lleguen al contexto deportivo. Te puedes interesar por ejemplo por cómo se encuentran, qué tal han pasado la noche, ...

c) Reúne a padres y madres antes de cada actividad deportiva e infórmales del tipo de actitudes y conductas agradecidas (aplausos al árbitr@; ánimos a los deportistas de ambos equipos).

d) Saluda al juez/árbitr@ cuando llegue al contexto deportivo. Para mostrar cercanía, le puedes decir que puede contar contigo para lo que necesite. "Seguro que lo agradece".

e) Transmite en el vestuario a tus deportistas

el mensaje de pasarlo bien, disfrutar y dar lo máximo.

f) Anima a l@s deportistas en los aciertos y en los errores. Cuando éstos se produzcan, afróntalos de forma tranquila y educativa.

g) Acepta con convicción las decisiones arbitrales. No debes mostrar ningún tipo de dudas. El **hacerlo puede incentivar a deportistas y grada a protestar**.

h) Felicita al equipo contrario (entrenador/a; deportistas), después de haber ganado o haber perdido.

i) Reconoce a tus deportistas, de forma individual, el esfuerzo que han realizado. Preocúpate de cómo se sienten, después de la derrota o la victoria.

j) Agradece a la grada (padres y madres de su equipo) el comportamiento que han tenido durante la práctica deportiva. O indicarles en qué te gustaría que hubiese una mejora.

## Estrategia 2: Gesto Deportivo

Esta estrategia tiene como objetivo mostrar a entrenadores/as; padres y madres; jóvenes deportistas; jueces/árbitr@s, mensajes pro-sociales. Para una buena realización de la actividad, antes de comenzar la actividad, es fundamental que el entrenador/a local informe al visitante de en qué consiste la actividad y del procedimiento.

"El Gesto Deportivo" consiste en, antes del



inicio de cada actividad deportiva (baloncesto, fútbol sala, judo, balonmano, etc.), l@s jóvenes deportistas del equipo anfitrión hacen entrega de un “Gesto Deportivo” (balón de cartón que lleva escrito un mensaje de buena práctica) a l@s integrantes del equipo visitante. Posteriormente, l@s jóvenes deportistas visitantes, se dirigen hacia su padre/madre, entrenador/a, juez/árbitr@ y les hacen entrega del gesto deportivo (balón de cartón). La actividad del “Gesto Deportivo” transmite mensajes educativos. Estos mensajes pueden ser: 1) l@s niños y las niñas no juegan para el entretenimiento del público, ni para quedar los primeros; 2) el paso de l@s jóvenes por el deporte es uno de los períodos más importantes y gratificantes de su vida; 3) la actuación de los padres y madres puede ayudar o perjudicar a sus hij@s; 4) no les regañes por cometer errores, ¡están aprendiendo!; 5) aplaude los esfuerzos y las buenas actuaciones de todo participante. El resultado no es lo más importante.

### Estrategia 3: tercer tiempo

El objetivo de esta actividad, rescatada del Rugby, es mostrar que el juego no acaba con la eventual victoria o derrota. **El tercer tiempo consiste en una reunión post partido, en la que los agentes de los dos equipos comparten bebidas y comida ofrecidas por el equipo local y confraternizan**

**charlando.** Son en muchos equipos, en los que los entrenadores delegan en padres y madres la preparación del tercer tiempo.

### Estrategia 4: la actividad del World Café

La actividad del World Café es una forma intencional de crear una red viva de conversación en torno a la promoción de valores en el deporte en edad escolar. Es un proceso creativo que lleva a un diálogo colaborativo, en donde se comparte el conocimiento y la creación de posibilidades para la acción en equipos. Para ello, los entrenador@s pueden llevar a cabo su propio World Café, con el propósito de que los propios agentes (jóvenes deportistas, padres/madres; jueces/árbitr@s) conversen de forma distendida sobre cómo promocionar valores en su contexto. Por ejemplo, se puede preguntar “Tú desde tu rol, ¿cómo crees que puedes promocionar valores en este equipo?”.

A través de estas actividades, se pretende hacer partícipe a todos los agentes que rodean a l@s jóvenes deportistas, y a éstos mism@s. Por tanto, no se trata de promocionar valores en círculos cerrados (mi equipo), porque puede ocurrir el efecto contrario, desarrollar también contravalores (separatismos, desconfianza, por ejemplo). Se trata de promocionar valores de una forma integral, haciendo partícipe a tod@s.

## Los mejores servicios para tus instalaciones

Sagital trabaja para las principales empresas internacionales con servicios integrados basados en:

- Resultados medibles
- Comunicación ágil con gestor individual
- Respeto al medio ambiente
- Última tecnología



**SEGURIDAD - LIMPIEZA - MANTENIMIENTO - PERSONAL AUXILIAR**

91 383 07 20

[www.gruposagital.com](http://www.gruposagital.com)

Siguenos en redes



# Don Torcuato despeja el campo de juego...

El contexto de 1.970 en que comenzó a hablarse en España del deporte comunitario



**Fernando Andrés**

## 1. Todo comenzó jugando en la playa...

Conocí a Juan Gómez-Cuesta con apenas dieciséis años en una de las academias dónde acudíamos para aprender a dibujar al carboncillo los interesados en ingresar en la Escuela de Arquitectura de Madrid que junto con la de Barcelona eran las dos únicas que existían entonces en el país. Aficionado a todo lo deportivo, estaba suscrito al periódico francés *"L'Équipe"*, y era un estudioso hasta unos niveles sorprendentes de lo relacionado con el atletismo, como pude comprobar a los pocos meses en que logró que se corrigiera uno de los récords nacionales que publicaba la revista *"Atletismo Español"*, al demostrar que aquella marca se había registrado con un décimo más de la velocidad admisible del viento para dar validez al registro. Por simple afición ambos leíamos la revista *"Deporte 2.000"*, casi la única fuente entonces existente para conocer las novedades mundiales de muchas modalidades, devorábamos todas las retransmisiones deportivas de grandes acontecimientos que se programaban en la TVE que ya hacía una labor divulgativa de gran calidad sobre cada una de ellas, e incluso nos quedábamos hasta altas horas de la noche para ver los partidos de tenis del equipo español cuando jugó en Australia la final de la Copa Davis. A finales de cada año está-

bamos pendientes de escuchar el tradicional programa de Radio Nacional en que se invitaba a un tal Cagigal, que parecía ser la principal autoridad científica del sector, a seleccionar los diez máximos acontecimientos del deporte español acaecidos en los últimos doce meses, y hasta preparábamos nuestras propias listas para ver cuál de los dos coincidía más con sus criterios que nos parecían muy difícilmente discutibles.

Juntos iniciamos los estudios superiores en 1.964 cuando la Universidad se convirtió en una caldera a presión dónde se reclamaba con asambleas y huelgas la implantación de toda una serie de hábitos y prácticas democráticas que el tardofranquismo no estaba dispuesto a permitir. Durante el primer trimestre se produjeron a diario en nuestra Escuela Técnica Superior, como en el resto de centros, manifestaciones bastante masivas que acababan a lo largo de la calle de la Princesa, y dado el conflictivo ambiente social existente el Ministro de Educación suspendió la docencia. Todos aquellos actos de protesta concluían cuando algún estudiante divisaba algo sospechoso entre los viandantes o a los vehículos de *"los grises"*, generalmente escondidos en la calle Hilarión Esclava, y comenzaban las carreras, por lo que era conveniente estar atento y en buena forma física. Poco antes de Navidad ciento

veinte alumnos de la Escuela fueron desterrados a pequeñas localidades situadas a más de 450 kilómetros de la capital pues el Régimen quería evitar a cualquier precio el que se produjeran concentraciones de estudiantes.

A comienzos de 1.969 la situación se calmó algo, y un joven profesor, Felipe Samarán, que aglutinaba tras él a una docena de estudiantes entre los que nos encontrábamos, nos planteamos reorganizar el deporte en la Escuela, dado que apenas existía un equipo de fútbol y una modesta escuela de rugby. Se recordaba con añoranza la época histórica, varias décadas atrás, en que el club había sido varios años campeón de la liga nacional absoluta de esta modalidad. La partida simbólica que se gastaba para estas actividades en el centro y que solo afectaba a unas cincuenta personas, apenas si llegaba a las cien mil pesetas, empleadas en los desplazamientos de los equipos y la compra de algún sencillo material, pese a que había más de 2.000 alumnos. Dos años después esta cifra llegó a los 4.500 al llegar los componentes de la generación del denominado *"Baby boom"*. Logramos que se nos concediera el permiso por parte de la dirección de la Escuela para actualizar los estatutos del club, y que se nos encargara la reorganización del uso de las taquillas que existían

en los pasillos dónde muchos alumnos guardaban sus objetos personales, y que eran casi imposibles de alquilar desde hacía varios años por no haber ninguna libre. La causa era que permanecían cerradas cuando sus usuarios acababan la carrera, dejándolas bloqueadas al no quitar su correspondiente candado personal. Durante las vacaciones estivales se rompieron estos elementos con una cizalla y se montó un sistema de almacenaje en bolsas de plástico con los objetos hallados en cada una de ellas, devolviéndoselos a sus propietarios si los reclamaban durante el primer trimestre del curso. La operación perfectamente explicada en las vitrinas de información del centro sirvió para variar el sistema de uso sin el más mínimo conflicto resolviéndose con ello el problema existente, y el club logró un prestigio enorme entre los estudiantes al realizar de modo muy ordenado la operación de desalojo.

En lo puramente deportivo en apenas cuatro años este modesto club universitario logró ocupar en los campeonatos nacionales universitarios uno de los dos mejores puestos en veintidós modalidades, incluyendo los de las secciones masculinas y femeninas, y más de mil trescientos estudiantes hacían deporte con licencias federativas en sus diversas secciones. La colaboración con MAPOMA para poner en marcha la *“Maratón Popular de Madrid”*, y la creación del *“Maratónbol de Arquitectura”*, una competición masiva de fútbol que duraba 24 horas y que ayudó en gran medida a que fuera generándose el caldo de cultivo en el que nacería la federación de este deporte, fueron los dos hitos más importantes del arranque de aquella transformación que se movió siempre dentro de las

pautas del más puro amateurismo. En los siguientes años se continuó la dinámica iniciada cuando se incorporó a las actividades del club a muchos de los deportistas que habían participado con las dos mayores entidades profesionales de fútbol de la ciudad, Real y Atlético, y que habían quedado desamparados al prescindir ambas de casi todas sus secciones de otras modalidades por no estar interesadas en mantenerlas por razones económicas. En 1.973 acabamos nuestros estudios y nuestra participación en aquella sorprendente escuela de dirigentes deportivos. Mi amigo Juan se había ocupado en aquel periodo de coordinar la sección de atletismo del club y de llevar su administración y yo de la del voleibol y el estudio de nuevas fuentes de posibles ingresos.

## 2. La Delegación Nacional de E.F. y Deportes busca ideas imaginativas...

Un buen día a mediados de 1.970 Juan me localizó en el descanso de las clases de mitad de la mañana y me dijo que tenía novedades importantes... Comenzó explicándome que era becario en el Ministerio de la Vivienda, por supuesto sin cobrar cantidad alguna, intentando especializarse en trabajos de urbanismo y bajo la supervisión de un tutor. Este le había comentado que el máximo responsable político del organismo denominado COPLACO (Comisión de Planeamiento y Coordinación del Área Metropolitana de Madrid), Antonio Navarro, había sido nombrado Secretario Nacional de la Delegación Nacional de Educación Física y Deportes (DNEFyD), y a los pocos días de iniciar su nuevo cometido le habían despedido en una comida los responsables del resto de departamentos ministeriales con los que había trabajado. Al

preguntarle tras los postres los asistentes sobre las posibilidades de actuación que tendría en su nuevo destino, les confesó que muy pocas. El presupuesto disponible era mínimo, por lo que tendría que basar sus iniciativas en la imaginación, y dado el espíritu tradicionalmente encorsetado existente en la administración española, y, más en concreto, en el organismo dónde le habían destinado, dependiente de la Secretaría General del Movimiento (SGM), *“...esta materia les aseguro que no abunda”*. Por ello explicó que había pensado convocar un concurso de ideas entre los universitarios para ver que podía hacerse sin disponer prácticamente de recursos, pues no tenía muchas más opciones en sus manos.

*“He pensado que debemos presentarnos en equipo con aquella idea que me explicaste sobre las instalaciones elementales...”*, me siguió diciendo Juan. Se refería a un comentario que le había hecho unos meses atrás sobre como comencé a jugar al voleibol en una playa del Cantábrico en que las mareas dejan cada pocas horas unas magníficas esplanadas de arena húmeda y compacta dónde es posible marcar campos para disputar cualquier juego. Unos jóvenes franceses habían sacado de una simple bolsa de lona unos tubos de aluminio que enroscaban entre sí para crear dos postes dónde sujetaban una red, y tensaban luego en su posición con unos cabos convenientemente fijados al suelo. La solución era muy sencilla, pero lo que más me sorprendió es como todos actuaban en equipo, realizando ordenadamente las diversas maniobras precisas para montar todo sin necesidad de recibir la más mínima instrucción, demostrando con su comportamiento que estaban acostumbrados a hacerlo, y que eran capaces de

actuar en equipo de un modo disciplinado y autónomo. Era lo que comenzó a denominarse como *"Instalaciones de fortuna"*, al aprovechar elementos muy simples o los propios recursos del paisaje urbano o natural, como se hacía en algunos países como Italia o Cuba.

Presentamos al concurso la idea de realizar una revista que ayudara a los numerosos animadores voluntarios que habían surgido en todo el país a raíz de la campaña *"Contamos contigo"*, puesta en marcha por Samaranch en la primavera de 1.967, pero que habían quedado abandonados a su suerte por no haberse habilitado los medios precisos para que sus esfuerzos pudieran dar los correspondientes frutos, como ya explicamos en otro artículo de esta revista. Su eslogan es valorado por los publicitarios españoles como el más efectivo de los cuarenta años de la era del franquismo, pero en cambio la campaña de mercadotecnia es considerada como un verdadero desastre por los expertos en esta materia, al no dar soluciones ni facilitar medios para avanzar. Había levantado grandes expectativas fomentando la mentalización, pero resultaba frustrante para los interesados en el tema al no aportar soluciones que posibilitaran un desarrollo posterior por precisarse unos medios que la SGM no estaba dispuesta a conceder. José Antonio Samaranch, que había llegado a la cabecera del deporte español con una popularidad enorme, que había generado tantas esperanzas e ilusiones de hipotéticos triunfos, y cuyo nombre se había manejado varias veces en 1.967 como posible ministro de Deportes, había acabado su periodo de gracia tras los su-

cesivos fracasos de la delegación española en los juegos de Roma, Tokio y Méjico. La obtención en la última ocasión de solo dos finalistas en natación, Mari Paz Corominas y Santiago Esteva, y el que Ignacio Sola hubiera mantenido durante unos minutos la mejor marca olímpica de la historia en pértiga, no pareció un balance suficiente tras tantos años en que España no ganaba casi nada.

Por otra parte existía un enfrentamiento en el seno del organismo rector dependiente de la Secretaría General del Movimiento, el ministerio más político del Régimen, aunque entonces nosotros por nuestra juventud no teníamos claro su papel. Este problema había surgido cuando Benito Castejón, ocupando su mismo puesto de Secretario Nacional años atrás, había intentado aplicar la ortodoxia administrativa a los procedimientos de actuación de Samaranch y Cagigal, que buscaban siempre encontrar rápidamente las mejores opciones para avanzar, pero a los que a menudo les costaba adaptarse a las dinámicas administrativas vigentes. El problema fue que lo hizo con tan poca mano izquierda, que parecía haberse convertido en un boicoteador de muchas de sus iniciativas. Se le acusaba de que había exigido continuos requerimientos a algunas decisiones del propio delegado hasta aparentar que las obstaculizaba y de que había planteado múltiples impedimentos a la puesta en marcha del INEF. Piénsese que para aprobar un expediente de cuantía inferior a 3.000 pesetas se requerían entonces hasta dieciséis gestiones administrativas sucesivas, con firma de los correspondientes responsables de cada dependencia. El resul-

tado era que se había producido un solapado enfrentamiento entre algunos administrativos de la DNEFyD, que se identificaban con *"...la verdadera realidad del país"* y querían cortar cualquier desvío de los procedimientos administrativos regulados, y los responsables del centro docente a los que calificaban con cierto desprecio de *"...estudiosos investigadores ensimismados en su torre de cristal"*. Castejón que de hecho parecía encabezar esta corriente había sido cesado por esta actitud en 1.967, pero el problema siguió latente durante años.

El recién nombrado para dirigir este ministerio, Torcuato Fernández Miranda, en el nuevo gobierno de Carrero Blanco de octubre de 1.969, que incluía a varios miembros del Opus como López Rodó o López Bravo, venía con el encargo de preparar la llegada del príncipe Juan Carlos a la sucesión de Franco, y por ello a él, que había sido hasta entonces su tutor, se le situó a la cabeza del ministerio más político del Régimen. En el primer año de su gestión Don Torcuato se sintió atosigado y dificultado por las continuas demandas e incidencias que le llegaban desde los asuntos deportivos, que no le permitían dedicarse con tranquilidad al principal cometido que se le había encargado, y, tenso, se aprestó a despejar el panorama. Samaranch disfrutaba de una gran popularidad que empequeñecía siempre a la figura del ministro en los actos públicos, y el ministro, molesto, aprovechó la coyuntura para prescindir de él. La razón concreta del cese no se explicó, pero si se leen las crónicas de la época se sugieren en ellas hasta una decena de posibles motivos para entender la decisión. La

cuestión concreta es que Samaranch recibió al motorista con el sobre de su cese cuando presidía los Campeonatos de Europa de Natación en el palco de las piscinas de Barcelona dónde se celebraba este evento que él había preparado con sumo cuidado desde hacía muchos meses, y se limitó a levantarse de su asiento para situarse entre las gradas como mero espectador de las siguientes pruebas, mientras comenzaba a divulgarse la noticia entre el público. Al acabar una de las pruebas el nadador Santiago Esteva se dirigió a su localidad para mostrarle las medallas que había obtenido en señal de agradecimiento público por su apoyo a lo largo de su carrera deportiva.

Lo sustituyó Juan Gich, un catalán amigo del ministro con el que había coincidido en el

Ministerio de Educación cuando había ocupado la Dirección General de Enseñanzas Universitarias. Tenía un perfil muy enfocado al ámbito cultural, y solo contaba como mérito deportivo el haber organizado la Bienal del Deporte en las Bellas Artes. Vocacionalmente era un crítico de arte, muy interesado por el mundo de la televisión y ciertas cuestiones educativas, y no se recuerda ninguna iniciativa deportiva suya de relevancia durante su mandato...Seguramente su discreto paso por el cargo era lo que mejor le venía a su mentor en aquellos momentos y él cumplió perfectamente este papel. Antonio Navarro, persona de amplio currículum personal en el Movimiento, sumamente inteligente y acostumbrado a mandar, fue nombrado Secretario General de la Delegación

Nacional de Educación Física y Deportes (DNEFD), y llegó con todo el respaldo necesario para cambiar lo que fuera preciso para intentar pacificar y controlar la situación.

### 3. Comienza la aventura...

Un mes después de presentar nuestra propuesta para el concurso de ideas, sorprendentemente, la secretaria de Navarro nos citó para que le explicáramos nuestro proyecto, pues había sido seleccionado para llevarlo a cabo. Intentamos preparar la entrevista localizando informaciones sobre el deporte español, y apenas encontramos nada. En la biblioteca del INEF se nos recomendó ojear la "Historia del Deporte" de Carl Diem, el que había sido organizador de los Juegos Olímpicos de Berlín y de los de Garmisch-Partenkirchen



**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*

Descubre la NUEVA WEB de Aquatic

[www.aquaticip.com](http://www.aquaticip.com)



de 1.936, y fundador y rector del Instituto Federal de Ciencias del Deporte de Colonia al concluir la Segunda Guerra Mundial. Entre las 898 páginas de su *"Historia de los Deportes"* que según el bibliotecario era el texto entonces más respetado, solo se hablaba de España en diez de ellas para comentar las corridas de toros, los juegos de pelota y los deportes rurales vascos; algún tratado de la Edad Media sobre la preparación física de los caballeros de la nobleza, y otro del barroco relativo al entrenamiento de los ejércitos; comentarios sobre los inicios de la práctica de la equitación, la esgrima o la gimnasia en los ambientes castrenses españoles; la definitiva fundación del Comité Olímpico Español en 1.924, la existencia de 24 débiles federaciones deportivas nacionales, algunas referencias más modernas sobre las primeras decisiones organizativas al llegar el franquismo al poder, y poco más...Seguramente esa proporción de hojas era lo que representaba entonces el deporte español en el contexto internacional para este historiador tan prestigioso. Apenas si encontramos otras investigaciones o informes sobre aspectos parciales u organizaciones concretas. Solo cientos y cientos de artículos de la prensa diaria sobre los equipos de fútbol más conocidos, algunas pruebas ciclistas, los progresos del baloncesto, historias de boxeadores que acababan casi siempre mal, y montañas y montañas de comentarios sobre las figuras profesionales del mundo del balón.

Por ello comenzamos nuestra conversación con aquel importante dirigente político solicitándole una memoria del deporte español con los datos principales que explicaran los objetivos, planes y medios del

sistema, pero nos contestó que no existía y se mostró partidario de que, dada nuestra juventud, asumiéramos la tarea de ir creando nosotros poco a poco pues nadie le había planteado su posible realización, y partíamos de una situación óptima al ser totalmente ajenos a aquella situación. Este trabajo general serviría para ir explicando el panorama a los interesados a través de la revista según fuéramos descubriendo cada aspecto. Un poco asustados por la magnitud de la propuesta y al descubrir la organización tan politizada dónde tendríamos que trabajar, le pedimos un par de semanas para reflexionar sobre si aceptábamos el reto, y nos citó para conocer la respuesta en una comida en el restaurante que tenía la Delegación en la instalación que entonces se llamaba *"Polideportivo del Cuartel de la Montaña"*.

Nos explicó en esta segunda reunión que se habían generado dos corrientes de una enorme cantidad de peticionarios de ayudas a las que no se sabía cómo responder. La primera que llegaba por las entrevistas de los alcaldes de las grandes ciudades y los gobernadores civiles, que solicitaban dinero para construir palacios de deportes, pues su visión de este fenómeno social había sido siempre la del espectador y no comprendían que lo más importante era fomentar la práctica, pero apenas si había recursos para intentar realizar un par de aquellos edificios al año. La segunda era la de los animadores voluntarios, maestros, curas de pueblo, gestores de teleclubs, líderes de barrios y asociaciones de vecinos, promotores de clubes modestos, y diversos personajes de una procedencia similar que al ver la campaña se habían creído

que la administración de verdad iba a contar con ellos...Aquellos deberían ser los destinatarios de nuestra propuesta que parecía resolver una de sus necesidades sin un gran gasto.

Al final aceptamos el reto como una aventura con la condición de que nos relacionara con los responsables de cada tema, y que nos pusiera en contacto con Cagigal para entender los principales valores y potencialidades de la materia, y sus opiniones sobre cómo podría desarrollarse este sector en el futuro. Aceptó esta condición y comenzamos a trabajar como becarios adscritos al Departamento de Promoción que había puesto en marcha la célebre campaña, y que entonces, abrumado por la falta de medios para dar respuesta a tantas peticiones, había adoptado un perfil bajo centrándose en editar una colección de llamativas pegatinas con unas siluetas estilizadas mostrando cada modalidad y con la leyenda *"Yo, balonmano"*, *"Yo gimnasia"*... como si el problema fuera solo elegir qué hacer... Los escolares las colocaban en sus carpetas y muchos adultos las pegaban en los cristales de sus coches, pero todo aquello que se había convertido en un elemento indicativo del estilo de vida deseado de los que las mostraban, era evidente que era insuficiente. Ante las críticas generalizadas surgidas por todas partes, y la cerrazón económica ministerial, se había tenido que cambiar el sentido de los consejos poniendo en marcha el eslogan *"Mantente en forma"*, que parecía indicar a los interesados en recibir cualquier facilidad o ayuda que las soluciones tendrían que buscarlas de un modo estrictamente personal.

.....



# PRACTICA TU DEPORTE FAVORITO, *FEDERADO*.

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




## FEDERACIÓN MADRILEÑA DE JUDO Y DEPORTES ASOCIADOS

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

## Federación Madrileña de Judo Y D.A.

Calle León, 59, 28670 Villaviciosa de Odón, Madrid

 [www.fmjudo.es](http://www.fmjudo.es)

 91 616 60 27



club  
pandy

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)**