

REVISTA

JUNIO 2019

DEL CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS DE MADRID

05



LA NUEVA CYCLO INDOOR DE MATRIX PRECISA, FIABLE E INNOVADORA

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

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

Descubre más en www.matrixfitness.es

91 488 55 25



Fácil regulación.

Número 05
Junio 2019

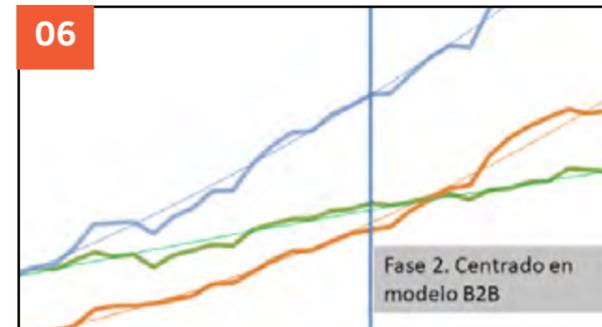
Sumario



REVISTA 05

Desde el Círculo de Gestores Deportivos de Madrid estamos muy orgullosos de poder incorporar a la tradicional participación y presencia de nuestra asociación en la revista Deporcam, esta nueva revista digital de la que aquí os presentamos el cuarto número.

MILAGROS DÍAZ
PRESIDENTA



06 LA EVOLUCIÓN DEL PAGO POR USO EN LOS CENTROS DEPORTIVOS Y CENTRO DE FITNESS EN ESPAÑA. MARKETING DEPORTIVO



10 MAS ALLÁ DE LA GESTIÓN EN UN CLUB DEPORTIVO ELEMENTAL O DE BASE.



12 LOS PARQUES ACUÁTICOS POR LOS QUE LOS USUARIOS LLENARÁN LOS CENTROS DEPORTIVOS ESTE VERANO



14 ACTIVIDADES DEL CÍRCULO DE GESTORES



18 CICLISMO EN GRUPO CON MÉTRICAS QUE IMPORTAN



20 ACTUALIDAD EVENTOS

40 AÑOS DE DEPORTE MUNICIPAL

Este año 2019, se cumplen cuarenta años de los ayuntamientos democráticos. Estos ayuntamientos que comenzaron en el año 1979, supusieron para nuestro país un cambio tan energizante que generaron “una vida en los municipios”, una nueva forma de entender el servicio público que iba mucho más allá de cubrir los servicios básicos y competenciales de un ayuntamiento hasta entonces.

Desde los ayuntamientos se desplegaron nuevos servicios, entre ellos los deportivos, y ahí comenzó una historia...

Esta historia, es la que gracias al impulso de tres entidades muy diferentes pero muy relacionadas con ella, el Círculo de Gestores Deportivos de Madrid, el COPLEF y el INEF, se quiso poner de manifiesto en la jornadas de 40 años del deporte municipal, celebrada en el INEF de Madrid el pasado día 18 de mayo.

El objetivo de esta jornada, fue poner en valor la trayectoria, la gran labor y el papel clave que han supuesto los servicios deportivos municipales en la evolución de la actividad física y el deporte en España, labor que ha sido realizada con el necesario impulso político, pero en el que **los técnicos y los gestores deportivos han sido determinantes para la consecución de estos objetivos, y se merecen el reconocimiento social que les corresponde.**

Por ello, esta jornada era el escenario perfecto para rendir homenaje a dos grandes gestores, **Manuel Zambrana** y **Joaquín Rosado** que desgraciada y prematuramente nos abandonaron.

Siempre cuento, que los que comenzamos nuestra andadura profesional paralela a los ayuntamientos democráticos, hemos sido unos privilegiados, hemos podido poner en marcha los primeros servicios deportivos, hemos creado las primeras escuelas deportivas, hemos trabajado y fomentado la actividad física en los colegios, hemos generado el asociacionismo deportivo, los juegos deportivos, las infraestructuras deportivas...

La Jornada de 40 años de Deporte Municipal ha servido para reconocernos a nosotros mismos, para estrechar lazos entre las primeras y las nuevas generaciones que se han ido incorporando a este ámbito del deporte, para reclamar el apoyo, la responsabilidad, la profesionalidad y por supuesto, también la financiación adecuada para seguir evolucionando hacia los servicios excelentes para los ciudadanos.

En definitiva, un placer, que repetiremos con seguridad.

¡Feliz verano 2019!

D^a. Milagros Díaz Díaz

Presidenta Círculo de Gestores Deportivos

Directorio

Editorial

Círculo de Gestores Deportivos de Madrid
www.circulodegestores.com
info@circulodegestores.com
f www.facebook.com/CirculoGestores
t @CirculoGestores

Redacción

Luis Flores

Colaboradores

Pablo de los Reyes Crespo, Fernando Casillas Díaz, Pablo Sánchez Buján, Joan Mir, Patricia Roldán

Diseño y realización

Valgo
 Indulgencia, 12. Local, Madrid, ESP
 +(34) 91 579 99 26
valgo@valgo.es
www.valgo.es

CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS

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

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



IMPULSAMOS TU NEGOCIO

CONSULTORIA I MARKETING





LA EVOLUCIÓN DEL PAGO POR USO EN LOS CENTROS DEPORTIVOS Y CENTRO DE FITNESS EN ESPAÑA. MARKETING DEPORTIVO



Pablo de los Reyes Crespo



Fernando Casillas Díaz

En la actualidad hay un nuevo modelo de consumo y de consumidores que constantemente reclaman una mayor libertad y autonomía; “queremos” que todo funcione como Uber, Airbnb o Amazon. Queremos contratar servicios rápidos, sencillos, económicos y accesibles con nuestro smartphone.

Al contrario que en otros sectores, que han eliminado intermediarios, en el sector fitness son estos actores los que a través de sus plataformas, ofrecen a los usuarios la flexibilidad de acceso a distintos centros y el pago por uso.

Para los centros deportivos esta nueva manera de uso y de pago, implica un cambio profundo de mentalidad y

modelo de negocio. Los gestores deportivos y consultores, aún están analizando los efectos de dichos cambios en las cuentas de resultados y evalúan su impacto a medio plazo.

Existe un verdadero temor a que esta disrupción se convierta en un “tsunami” que redefine nuestros modelos de negocio.

Evolución, fase 1.
El modelo B2C*, 2013 a 2017.



Inicialmente, los intermediarios pusieron todos sus esfuerzos en hacer florecer el modelo B2C, con la premisa de responder a la demanda de flexibilidad que reclamaban los consumidores.

Su enfoque inicial se centraba en captar “clientes pago por uso” para los centros de fitness.

Este modelo no se ha consolidado, porque no llegó a alcanzar el volumen suficiente de usuarios y centros prestadores de servicios, para ser capaz de aportar suficiente valor a todos los agentes del sector. Y no lo aportaba por dos motivos, aunque en realidad es el mismo.

1º Se aportaba poco valor, o incluso se restaba, a los centros prestadores de servicios. Los intermediarios atraían a los clientes del propio centro de fitness, convirtiendo a los clientes de pago recurrente en clientes de pago esporádico.

Esta situación provocó un aumento en las tasas de rotación de los clientes y una reducción del ticket medio, que no era compensada por la supuesta publicidad y la entrada de clientes “ex novo”

De hecho, aunque accediesen al centro nuevos clientes no elegían el modo pago mensual. Resultado, la “canibalización” de los clientes y la subsiguiente merma de los ingresos.

2º Asociado al primero, al ser poco atractivo para los centros, éstos eliminaron los acuerdos o los redujeron sensiblemente, y por tanto los usuarios finales tampoco apreciaban un incremento del valor para ellos. Resultado, el estancamiento o merma de la oferta de los centros y por tanto también de usos.

El B2B jugó un papel residual en esta fase. El modelo propuesto por las plataformas de intermediación no consiguió adquirir la tracción suficiente para generar una inercia que arrastrase al sector en su uso.

Evolución, fase 2.
El cambio de estrategia del B2C al B2B, desde 2017 hasta la actualidad.

Los intermediarios comprenden que no están aportando un valor real y sostenible a largo plazo a ninguna de las partes implicadas (clientes, centros de fitness y empresas en general).

Como otras startups y siguiendo su estrategia de agilidad y adaptación, estas empresas realizaron un análisis del tipo Lean Startups de Eric Ries, y deciden pivotar en su estrategia de crecimiento hacia el modelo B2B.

Ese cambio supone centrar el modelo de negocio en ofrecer a las empresas sus servicios de intermediación, en vez de a los clientes finales.

Podemos concluir que estos agentes han validado sus hipótesis y están aportando valor a todos los actores del sector.

Las empresas,
la mejora de la acción social corporativa.

Está ampliamente demostrado que el incremento del uso de los servicios deportivos tiene una correlación positiva en la salud de los trabajadores, lo que favorece la mejora en su rendimiento y reduce las bajas laborales.

Estas plataformas utilizan este argumento de venta para conseguir que las empresas se adhieran a su organización, y ofrezcan a sus trabajadores servicios de actividad física.

También solucionan un problema administrativo y fiscal.

Las empresas reciben una única factura del intermediario por la prestación de esos servicios y si deciden subvencionarlo, pueden deducir esa aportación como beneficio fiscal. Anteriormente, cada trabajador gestionaba sus facturas de servicios deportivos con su centro y luego a su vez con la empresa, con el consiguiente trabajo extra para las empresas y trabajadores.

Los usuarios,
tienen un pago por uso más económico.

En la mayoría de los casos las empresas subvencionan en parte el coste de los servicios prestados.

El cliente tiene servicios de actividad física en modo de pago por uso, gestionados desde una App de su móvil y por supuesto, más baratos que si acuden directamente al centro de fitness o incluso aunque los contrate a través de la misma plataforma.

Es decir, el valor percibido por el cliente final se incrementa exponencialmente.

*B2C: Significa Business to Customer: El intermediario conecta a la empresa prestataria del servicio y al cliente final.

B2B: Business to Business. El intermediario conecta a la empresa prestataria del servicio con una empresa, que a su vez ofrece esos servicios a sus empleados.

Los centros de fitness, el aumento de ingresos y la oferta comercial para empresas



Los “nuevos clientes” son los trabajadores de las empresas, y son éstas las que firman los acuerdos con los intermediarios. Estos clientes, que no se planteaban acudir a un centro deportivo para evitar tener que pagar una mensualidad y cumplir con un tedioso proceso administrativo, empiezan a acudir a los centros.

Dichos clientes, comienzan a utilizar sus servicios. Es decir, los hacen pago por uso, pero se reduce la anterior “canibalización” de clientes.

Según Gympass, el 70% de sus clientes no usaban servicios de fitness en el año anterior al comienzo de uso de sus servicios.

Por otra parte, la mayoría de los centros deportivos carecen de un departamento comercial, y mucho menos una gestión comercial específica para empresas. El giro en la estrategia hacia el B2B por parte de los intermediarios, ofrece a los centros de fitness acceso a un segmento de mercado que eran no capaces de explotar eficientemente.

Con este cambio en su modelo de negocio, las plataformas han conseguido aumentar su volumen de usuarios y los números de centros que prestan sus servicios a través de ellas.

Dichos operadores están tratando de alcanzar una masa crítica que genere tracción suficiente y que multiplique el valor para los distintos actores. La finalidad es que el incremento que genere el B2B arrastre al conjunto del sector a también al B2C.

Al igual que pocas personas se plantean no utilizar Booking, Amazon o Idealista si requieren alguno de los servicios que ofrecen, si las plataformas de intermediación continúan ganando usuarios, ofrecerán cada vez más valor a sus clientes finales, a las empresas y a los centros deportivos.

Como todos los modelos de negocio basados en las plataformas, su estructura es ultra escalable y la generación de valor para los agentes implicados sigue una evolución exponencial, al contrario que los modelos tradicionales que crecen de manera progresiva

Por lo tanto, si lo consiguen, como parecen indicar los datos, en poco tiempo estos intermediarios estarán provocando el “Tsunami” del pago por uso.

Gymforless (Sodexo) y Gympass son los dos grandes operadores que pugnan por el control de nuestro sector. Ambas luchan por acaparar el mercado y siguen la dinámica de “el ganador se lo queda todo”, como Facebook, Amazon...

El caso de GymforLess

Esta compañía es la primera en ofertar servicios de intermediación en nuestro sector.

Los datos oficiales facilitados por Gymforless a fecha de Noviembre de 2018:

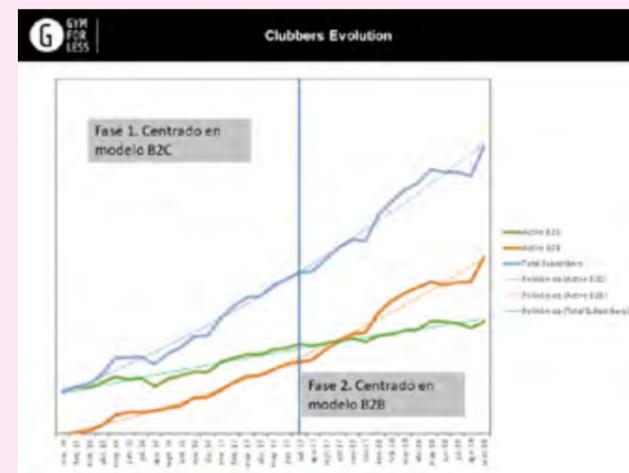
- 1.050 clubes y centro de fitness asociados entre box de Crossfit, estudios de Yoga y Pilates, Rocódromos, pistas de Pádel, Escuelas de Danza, centros de Spa, centro de fitness convencionales y centros deportivos.
- Madrid y Barcelona representan el 65% de los centros de fitness en España y 80% del volumen de checkins.
- B2B, 61,17% - B2C, 38,83%, en Septiembre de 2018.
- 1% de tasa de penetración en el mercado fitness español.
- Más de 200 empresas ofrecen la plataforma a sus plantillas.
- Aumento de la facturación media por centro de fitness asociado entre un 5-10%.
- Volumen total de checkins en 2017: 189.190 checkins.
- 20 centros en Portugal a partir de Noviembre de 2018.

	% B2C	% B2B
Enero 16	100,00%	0%
Enero 17	62,75%	37,25%
Enero 18	48,98%	51,02%

Fuente (Gymforless Noviembre 2018).

Como podemos observar en la tabla de comparación de usuarios interanual, el volumen de usuarios de Gymforless ha crecido un 334%, y esperan que se mantenga una tendencia positiva para los próximos años.

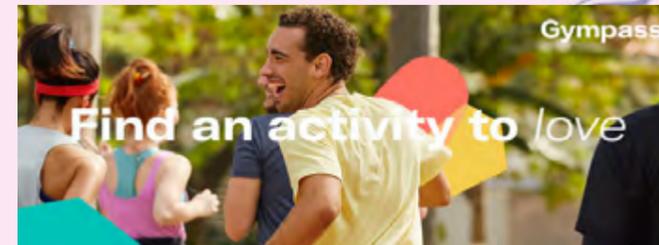
En 2.016 el 100% de los usuarios eran B2C y en 2018 el B2B supone más de la mitad del total. Según sus propias proyecciones en 2019 podemos estar cerca de un 70% de cuota para el B2B.



Fuente (Gymforless Noviembre 2018).

La gráfica nos indica un cambio de tendencia en 2017 con un rápido crecimiento del B2B sobre el B2C.

Según la directora comercial de Gymforless, Isabel Ferrández, “Gymforless trata de adaptarse a cada centro deportivo integrando su plataforma en el modelo de negocio con el fin de incrementar su volumen, ingresos y usuarios”. Creemos que su mensaje es muy potente, el éxito de los centros deportivos, la satisfacción de los clientes y las empresas son su cuenta de resultados.



El caso de Gympass

Gympass se presenta como la plataforma “líder del wellness corporativo”, es decir, aunque ofrecen servicios de B2C, de entrada, están declarando cuál es su principal objetivo.

Sus principales mensajes comerciales son plenamente coherentes con este enfoque:

- Gympass está ayudando a las empresas a combatir la inactividad física.
- Gympass ofrece una amplia red de centros y actividades a aquellas personas que antes no practicaban ningún tipo de actividad física.

La multinacional brasileña ha cumplido su tercer aniversario en el mercado ibérico, siendo esta plaza su puerta de entrada de la compañía en Europa. Fundada en 2012 y con sede en Nueva York, cuenta con un equipo en crecimiento y 30 oficinas alrededor del mundo.

Se presentan con estos datos:

- En torno a un 70-80% de los usuarios de Gympass no estaban en la industria del fitness previamente.
- Estamos presentes en 14 países
- Contamos con más de 40.000 centros deportivos en 6.000 ciudades.
- Ofrecemos más de 900 actividades
- En cuanto al mercado ibérico, entre España y Portugal, Gympass abarca ya más de 2.000 centros deportivos, ubicados en 450 ciudades.
- La marca ha registrado más de 350.000 visitas a los centros asociados de España y Portugal multiplicando 4,5 veces el número de sus usuarios.
- Tenemos el 2% de la cuota de mercado.



Conclusiones

La nueva regla, el cliente tiene el poder:

- El cliente paga por lo que usa. Por lo tanto, nuestras interacciones con él son más importantes que nunca. No vamos a tener meses, ni semanas para fidelizarlo, y en especial la primera vez,...no hay segunda oportunidad para una primera impresión.
- Los ingresos están condicionados a la experiencia del cliente, de cada una de sus interacciones. Los ingresos “recurrentes” perderán peso nuestra cuenta de resultados.

Posible punto de inflexión, los intermediarios han venido para quedarse:

- El sector puede estar en un momento crítico, por la aparición de un tipo de uso y de ingresos que no sigue la dinámica tradicional. Es una realidad. La pregunta es, ¿en qué porcentaje y con qué velocidad nos va afectar?.
- Dado el bajo porcentaje de penetración en el mercado (aproximadamente un 3%) todavía podemos implementar un plan de transición entre el sistema tradicional, y el pago por uso. Podemos “aprender” las reglas de juego y estar preparados para jugarlo.

MAS ALLÁ DE LA GESTIÓN EN UN CLUB DEPORTIVO ELEMENTAL O DE BASE



Pablo Sánchez Buján

Durante los días 13 y 14 de febrero, el Círculo de Gestores Deportivos de Madrid ha organizado sus II JORNADAS SOBRE DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE CLUBES DEPORTIVOS, en Las Rozas de Madrid, con el objetivo de formar a Directivos, y a otras personas implicadas en la Gestión de los Clubes Deportivos a nivel elemental o de "Base" de la Comunidad de Madrid. Básicamente ha sido un curso de iniciación a algunos aspectos básicos en la Dirección y Gestión de los Clubes, centrándose más en los Clubes con menos recursos, que ha tenido una gran acogida, con cerca de 80 participantes y con un gran éxito por los temas tratados, según nos han transmitido los participantes.

Pero yo quisiera añadir algo más a lo que ya dije en la presentación. Para mí y para la mayoría de las personas que se han pertenecido o se han desenvuelto en un Club Deportivo de barrio, elemental o de deportes minoritarios, la labor realizada por las personas que dirigen o colaboran de forma voluntaria en diferentes funciones en estos clubes es ¡fantástica! y de un valor incalculable para la sociedad, especialmente aquellos que además de la competición, cuidan los aspectos del crecimiento personal y social de los deportistas inculcando los valores propios del deporte, tales como algunos de los que a continuación resalto:

Valor del esfuerzo y de la disciplina; liderazgo; mejora del autoestima; cooperación; comunicación;

espíritu emprendedor; respeto a las reglas; solución de problemas; confianza en sí mismo y en los demás; respeto a los demás y a uno mismo; saber compartir; saber ganar; saber perder; saber competir; amistad, honestidad; motivo de orgullo; vergüenza; solidaridad; rectitud; carácter; limpieza; esperanza; alegría; fe; tristeza; confianza; amor; caridad; ética; moral; respeto; justicia; tolerancia; etc.

¡TODOS ESTOS VALORES SON MAS IMPORTANTES QUE LA OBSESIÓN DE ALGUNOS TÉCNICOS POR GANAR!

Hacer deporte, aprender a nadar, mejorar nuestra velocidad corriendo o conseguir dominar un balón nos hacen sentir mejor con nosotros mismos, más seguros y con más confianza para afrontar situaciones nuevas. También nos ayuda a mejorar en matemáticas, en el entendimiento de la lectura, en nuestro desarrollo social, etc. mejorará nuestra autoestima.

Pertenecer a un club tiene además otros valores sociales, que directivos y técnicos deben ayudar a desarrollar para potenciar la formación de nuestros deportistas y asociados. En todo ello es muy importante, yo digo imprescindible, la labor de **DIRECTIVOS, VOLUNTARIOS Y TÉCNICOS**.

"Ha llegado el momento de reinventarse"



**NUEVOS ESPACIOS BOUTIQUE
PROGRAMA LIFE MÉTODO
FENÓMENO**

Santagadea
Algo más que deporte

Sport

MATRIX™

Life
métodofenómeno®

LOS PARQUES ACUÁTICOS

POR LOS QUE LOS USUARIOS LLENARÁN LOS CENTROS DEPORTIVOS ESTE VERANO

LOS PARQUES DE AGUA LOGRAN LLENAR DE USUARIOS LOS CENTROS DEPORTIVOS DURANTE LA TEMPORADA DE VERANO

Joan Mir



Los centros municipales están buscando fórmulas para atraer a todos esos usuarios que durante los meses de buen tiempo buscan pasar el día en familia de una forma divertida. Formas de ocio que encajen en las instalaciones deportivas, que sean suficientemente llamativas para los ciudadanos y sencillas de mantener durante el invierno. La propuesta que mejores resultados está dando son los parques de agua, con alternativas de juego que se adaptan a las particularidades de que cada centro deportivo.

La transformación de estos centros en parques de agua y ocio está revitalizando la actividad en aquellos municipios que han apostado por ello. Es el caso, por ejemplo, del municipio de Mungia (País Vasco), que reformó por completo sus piscinas públicas convirtiéndolas en un parque acuático con toboganes, zona Splashpark y cantidad de juegos de agua. Los resultados no se hicieron esperar y al cerrar la temporada de verano, el centro había duplicado su número de socios.

Otra muestra es la piscina pública de Massanassa que, tras incluir juegos de agua en su piscina de chapoteo y una torre de toboganes, vivió el verano con mayor número de usuarios. A lo que suman la satisfacción de los ciudadanos, revelada en una encuesta realizada meses después en el municipio por parte de la administración.

El caso más reciente y cercano lo encontramos en Morzarzal. El Ayuntamiento estrenará este verano, en su centro deportivo municipal, una zona de ocio para las familias con un gran parque de agua lúdico sin profundidad.

Con esta actuación quieren ofrecer un espacio de recreo y entretenimiento acuático que complementa su piscina cubierta, más enfocada a actividades deportivas.

Los Splashpark, como se conocen estos parques de agua sin profundidad, son espacios de juegos con las mayores posibilidades de diversión que una piscina lúdica tradicional, y a la vez, más seguros. Por todo ello, se están convirtiendo en la mejor opción para espacios públicos y centros municipales.

Estas áreas son espacios de juego multigeneracionales, en las que se configuran distintas zonas de juegos destinadas a cada segmento de edad. Esos juegos tienen un carácter altamente interactivo y lúdico, porque el niño a cualquier edad puede manipularlos, moverse alrededor de ellos y jugar libremente. También son más seguros, al eliminar el factor riesgo de la profundidad. A nivel técnico y económico, un Splashpark requiere de menos inversión para su instalación y su mantenimiento es más sencillo. El hecho de que pueda activarse y desactivarse en cualquier momento, incluso de forma remota gracias al uso de tecnología, consigue una optimización de costes, de agua y de energía.

¿Cómo se diseña un proyecto de parque de agua?

Este parque de agua, se diseñó sin profundidad teniendo en cuenta todos los requerimientos del Ayuntamiento: diseño, jugabilidad, segmentos de edad, tecnología y calidades. En cuanto al diseño, Morzarzal pedía que el Splashpark mantuviera un equilibrio visual con su entorno.

Para responder a ello, se ideó una estética que refleja el hábitat de la localidad, relacionado con la cercanía del río de Navacerrada, la flora y la fauna. A través de sus juegos simuló la vegetación y animales reconocibles por los más pequeños, y simuló los afluentes del río en el espacio, jugando con distintas formas y colores.

La empresa de proyectos de ocio ha creado, a través de sus elementos, tres zonas diferenciadas de juegos. Han unido una zona de juegos para niños de hasta 5 años, con mayor interactividad y poca altura; una parte para los más mayores, con elementos de caída de agua; y una intermedia para el juego en familia. Lo más destacable de este Splashpark son dos de sus juegos: Flow Garden, por su interactividad, y el cubo de agua, por su tamaño y éxito entre adolescentes. El juego Flow Garden es un elemento diseñado para recrear un espacio natural en el que los niños puedan descubrir el recorrido del agua e interactuar sobre él. Formado por diferentes flores, nenúfares, hojas y tallos, cada elemento ofrece una movilidad e interacción diferente. El Cubo, con una caída de gran volumen de agua, concentra la atención de los jóvenes y además está tematizado con los colores y escudo de Morzarzal.

Tecnología, sostenibilidad y seguridad

A nivel técnico y de seguridad, uno de los aspectos más importantes de estos parques sin profundidad es su superficie, algo en lo que este proyecto destaca. Para el suelo sobre el que jugarán los usuarios, se ha utilizado un pavimento de seguridad impermeable y antideslizante de

caucho, que incorpora un aditivo que evita problemas de bacterias y lo hace apto para el contacto con el agua. Esta solución es totalmente estanca, tiene una alta resistencia a los rayos ultravioleta y a la intemperie y no resbala.

Otro de los puntos fuertes de este proyecto es la aplicación de la tecnología al sistema de calidad de aguas y control del parque. Se ha incorporado un controlador inteligente que puede utilizarse de forma remota desde una aplicación móvil. A través de él puede activarse y desactivarse el parque, programarse la puesta en marcha de los juegos y su secuenciación, sectorizar su activación; y otros aspectos como vigilar los niveles de pH y cloro, la temperatura, la filtración, y todo lo referente al funcionamiento de la instalación.

Esto supone para el municipio un ahorro en el consumo de agua y energía, y en los costes de mantenimiento, ya que no es necesario que estén in situ. Además, es interesante por la recogida de datos: guarda información sobre su uso, haciendo posible extraer conclusiones sobre días activo, de mayor afluencia... y con ello facilitar la toma de decisiones de cara al próximo año.

El proyecto ha llevado consigo también la adecuación del terreno para la instalación de la superficie y los juegos, el sistema hidráulico, la colocación de los elementos y las pruebas de agua. También la construcción de una caseta de madera a modo de sala de máquinas, una solución de la empresa para mantener la línea estética del espacio.



II Jornadas sobre Gestión de Clubes Deportivos

ACTIVIDADES DEL CÍRCULO DE GESTORES

El Círculo de Gestores tiene como objetivo dar a conocer instalaciones y formas de gestión, por ello lo que llevamos de año del 2018 se han realizado diferentes visitas, eventos y actividades deportivas por parte de los miembros.

La primera de ellas fue el 17 y 18 de febrero en el Polideportivo de Navalcarbón (Las Rozas), donde tuvo lugar las **II Jornadas sobre Gestión de Clubes Deportivos**, organizadas por el **Círculo de Gestores de Madrid**, con el objetivo de formar a Directivos, y a otras personas implicadas en la Gestión de los Clubes Deportivos de la Comunidad de Madrid, donde participaron como ponentes **Carlos Delgado, Nicolás de la Plata, Manel Valcarce, Luis Flores y Carmen Ramos**, y en las que se dieron cita más de 70 directivos, gestores y coordinadores de la Comunidad de Madrid.

La **presentación** oficial del evento se realizó por parte de **Pablo Sánchez Buján**, que dio paso a las ponencias. **Carlos Delgado**, nos habló sobre el **asociacionismo deportivo** y gestión deportiva municipal. Tras el descanso, comenzó la segunda ponencia gracias a **Nicolás de la Plata**, en la que nos transmitió sus conocimientos sobre los aspectos **jurídicos** de gran interés para clubes deportivos.

La tarde del jueves comenzó con la ponencia de **Manel Valcarce** y **Luis Flores**, de la consultora deportiva Valgo, en la que expusieron una gran



Jornada homenaje a los 40 años de Deporte Municipal (Fotografía: Almudena Zambrana)



Jornada homenaje a los 40 años de Deporte Municipal (Fotografía: Almudena Zambrana)

importancia a la **revolución digital**, y a la clara necesidad de utilizar bien las diversas opciones digitales. Tras un breve descanso, **Carmen Ramos** nos introdujo en la **fiscalidad** y las **subvenciones** para los clubes. Por último, **D^a. Milagros Díaz Díaz** hizo entrega de un **trofeo** en agradecimiento a su gran labor al concejal de Deporte de las Rozas, José Cabrera que recientemente recibió el Premio Siete Estrellas del Deporte de la Comunidad de Madrid.

El pasado **18 de mayo**, se celebró en el INEF de Madrid una bonita jornada **homenaje a los 40 años de Deporte**

Municipal, organizada por el Círculo de Gestores Deportivos de Madrid, el COPLEF de Madrid y el INEF.

La jornada arrancó a las 10:00 con el acto de **bienvenida dirigido por D. Manuel Sillero**, Vicedecano de Calidad, Internacionalización y Prácticas Externas de la Facultad de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte de la Universidad Politécnica de Madrid (INEF).

Tras el acto de bienvenida, pudimos disfrutar de una bonita **mesa redonda sobre los 40 años de historia del Deporte Municipal** en la Comunidad

de Madrid, en la que intervinieron **Milagros Díaz**, presidenta del Círculo de Gestores, y **Ángel Luis López de la Fuente**, subdirector del IMD, subdirector de Alta Competición del CSD y actual responsable de Encin Golf Hotel, y que fue moderada por **Pablo Sánchez Buján**.

A las 11:00 tuvo lugar la **2ª mesa redonda** de la jornada, que contó con la presencia de **Carlos Delgado**, Director Gerente del Servicio Municipal de Deportes del Ayto. de San Sebastián de los Reyes, **Eduardo Blanco**, Presidente de FAGDE, y **Luis Miguel Tomeo**,



Jornada homenaje a los 40 años de Deporte Municipal (Fotografía: Almudena Zambrana)

Director Centro Deportivo Municipal en Ayto. de Madrid. En esta mesa, moderada por **Alicia Martín**, presidenta del COPLEF, se expusieron diferentes **experiencias de Gestión Deportiva Municipal**.

Tras un Coffe Break, a las 12:30 continuó la jornada con un bonito homenaje a **Manuel Zambrana** y a **Joaquín Rosado**, dos personas de renombre en la Gestión Deportiva Municipal. El evento terminó con una **última mesa redonda** en la que pudimos conocer la postura de los diferentes **partidos políticos** en cuanto a materia deportiva se refiere, contando con la presencia de **Javier Odrizola** por parte de Más Madrid, **Mar Espinar** por parte del PSOE, **Borja Carabante** por parte del PP, y **Roberto Núñez** por parte de Ciudadanos.

La última **Jornada del Círculo de Gestores** tuvo lugar en el **Polideportivo Municipal de Morzarzal** el pasado 5 de junio. La jornada comenzó a las 11:30 con una breve charla encabezada por **Javier Salvador**, responsable de Desarrollo de Negocio de ISABA que nos habló sobre las ventajas que ofrecen los parques de agua en las instalaciones deportivas.

Posteriormente pudimos visitar la instalación, donde desarrollamos una dinámica grupal para conocer mejor el funcionamiento de la instalación y los beneficios que aporta, y finalmente pudimos ver en funcionamiento el Splashpark.



Jornada Polideportivo Municipal de Morzarzal



LA FELICIDAD TAMBIÉN SE ENTRENA

Te proponemos algo más importante que mejorar tu cuerpo: mejorar tu vida. Porque una cosa es un gimnasio, y otra, un centro deportivo.

Bienvenido al centro que cambiará tu vida.



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

VIVE MÁS Y MEJOR

902 006 500 | www.go-fit.es

CICLISMO EN GRUPO CON

MÉTRICAS QUE IMPORTAN

A pesar de que algunos dicen que todos los entrenamientos en bici son iguales, nada podría ser más lejano a la realidad. Las clases de ciclismo han avanzado considerablemente desde esa época de poca tecnología durante los 80, los procesos de desarrollo de productos y programas han empujado a cada generación más allá con características y funcionalidades que superaban la demanda y las expectativas de los ciclistas, instructores y operadores de clubs.

Ciclismo en grupo con métricas que importan

Se oye de manera constante el mismo feedback: el seguimiento de los vatios en clases de ciclismo está comúnmente aceptado como la 'medida de la verdad', porque cuando monitorizas los vatios, estamos midiendo cuánta potencia el ciclista puede producir una y otra vez.

Una vez dicho esto, esta preocupación con los vatios es una obsesión de la industria que no todos los que acuden frecuentemente a las clases de ciclismo pueden entender o usan como motivación. Los instructores y ciclistas recalcan que métricas como las calorías y la distancia son a menudo temas abordados en las preguntas después de la clase. "¿Cuántas calorías hemos quemado hoy?" "¿Estamos recorriendo más distancia a medida que nos vamos poniendo en forma?"

Consideramos importante responder a esas cuestiones en tiempo real con una pantalla de entrenamiento por objetivos que monitoriza estas métricas, ayudando a

motivar a los ciclistas y conseguir resultados. Permitir que los instructores se focalicen en una o múltiples métricas en una única clase mientras que pueden sugerir objetivos individuales de distancia, calorías, frecuencia cardíaca, RPM y vatios, basándose en los objetivos y habilidades de cada ciclista individual, será altamente valorado. Este enfoque ofrece un rango de beneficios a las instalaciones, instructores y participantes.

Beneficios para instalaciones

Lo primero y más importante, este nuevo enfoque al ciclismo en grupo ayuda a las instalaciones a construir relaciones con la gente que podría sentirse intimidada por las clases tradicionales de ciclismo. Al contrario que muchas ofertas grupales, no hay un estereotipo de persona que atendería a esta clase — ciclistas de élite y participantes en menor forma pueden tomar parte lado a lado y ser motivados y retados de forma personalizada.



Patricia Roldán

Desde que los ciclistas pueden ser asignados objetivos y retos personales diferentes, los participantes se pueden unir en cualquier momento del programa.

Este programa también diferencia a las instalaciones de otros clubs, permitiéndoles promocionar una nueva posición de venta única y competir con studios de ciclismo ofreciendo una solución a largo plazo.

Beneficios para instructores

Los instructores pueden fácilmente crear su propio programa usando el entrenamiento por objetivos para asegurarse de que hay una continuidad entre las clases lideradas por diferentes instructores.

Beneficios para participantes

Quizás lo más importante es que este tipo de clases ofrecen resultados y motivación a los ciclistas que necesitan atenerse al programa. Feedback en tiempo real y una sensación inmediata de que el tiempo pasado en clase merece la pena.

Además, la pantalla de entrenamiento por objetivos alienta el desarrollo de la comunidad, la responsabilidad y la coherencia del entrenamiento, una clave principal para la retención de participantes. Lo mejor de todo, el uso de cinco métricas diferentes como objetivos significa que la estructura de la clase puede evolucionar con el tiempo, manteniendo el contenido al día y atractivo.



ISABA.
play your difference

TENEMOS UN PROYECTO A MEDIDA PARA TÍ.

El juego permite crear sociedades más sanas. Por eso, en Isaba creamos proyectos de ocio personalizados para el disfrute de los niños y las familias.

La clave del éxito de los centros deportivos se encuentra en la **diferenciación y la satisfacción del usuario**. Por ello, es importante apostar estratégicamente por el ocio como vía de **generación de experiencias únicas y fidelizadoras**.

www.isaba.com



ACTUALIDAD EVENTOS



2019

Visitas y Jornadas Técnicas

Para el segundo semestre del 2019, se desarrollarán numerosas Jornadas Técnicas y Visitas para poder continuar ofreciendo actividades que enriquezcan los conocimientos de los asociados del Círculo de Gestores.



DICIEMBRE
2019

Cena de Navidad

Como todos los años, tendremos la ocasión de reunirnos todos los asociados en la cena anual del Círculo de Gestores.

E-mail info@circulodegestores.com

Sitio web www.circulodegestores.com

Equipamiento Deportivo Integral de Instalaciones y Centros Deportivos

Más de 30 años de experiencia y solvencia en la instalación de Equipamientos Deportivos Integrales, Deportes de Equipo, Instalaciones Deportivas, Pavimentos Deportivos Indoor y Outdoor, Renovación de Pavimentos insitu, Atletismo, Gimnasia, Fitness, Deportes Alternativos y Piscinas.

PROYECTAMOS

DESARROLLAMOS

EJECUTAMOS

INSTALAMOS

... y entregamos

Trabajos garantizados, servicio post-venta ágil y capacidad para resolver cualquier incidencia técnica en el menor tiempo.
Garantía de calidad, ISO 9001 e ISO 14001 y la profesionalidad y el compromiso de Moype Sport.



Información:

91 668 70 44

comercial@moype.com
www.moype.com

MOYPE SPORT S.R.L.
European Sport Company

C/ Galileo Galilei 116, Pol Ind Valdearenal, 28939 Arroyomolinos (Madrid) T. 916 68 70 44



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

info@circulodegestores.com

[f www.facebook.com/CirculoGestores](https://www.facebook.com/CirculoGestores)

[t @CirculoGestores](https://twitter.com/CirculoGestores)



FAGDE

Federación de Asociaciones de
Gestores del Deporte de España