

REVISTA

JUNIO 2022

DEL CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS DE MADRID

11



MX4 ACTIVE SMALL GROUP TRAINING

EJERCICIO PARA TODAS LAS EDADES Y ETAPAS

Solo MX4 Active combina el equipo exclusivo de Matrix con un programa original para que las personas mayores y con una mala condición física se muevan de una forma que se adapte a sus capacidades. Todos los participantes descubrirán una experiencia de entrenamiento de confianza que les permitirá alcanzar resultados reales para ellos y con una fiabilidad duradera para usted.

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



MATRIX



REVISTA 11

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

Número 11
Junio 2022

Sumario



06

**PREGUNTAR, ESCUCHAR Y ACTUAR PARA
LIDERAR EL CAMBIO**



08

**CLAVES PARA INVERTIR EN LA INDUSTRIA
DEPORTIVA ACTUAL,
¿QUÉ HA CAMBIADO?**



12

**DEPORTE ACTIVO PARA MAYORES,
UN SINFÍN DE VENTAJAS CONTRASTADAS.**



14

**¿PORQUE ES IMPORTANTE
INTERNACIONALIZAR?**

Un verano relajado para un otoño con fuerza.

Aunque la COVID se empeña en que no la olvidemos y cuando ya estábamos viviendo con la esperanza de haberlo dejado atrás vuelve a generarnos inquietudes, yo espero que el verano sea magnánimo con todos y nos permita relajarnos y disfrutar para ser capaces de volver con toda la fuerza posible.

Las últimas actividades del Círculo que se han organizado durante este año han sido objeto de una gran aceptación, mención especial la jornada sobre Contratación Pública en colaboración con la Universidad Europea y con la Asociación Española de Empresarios de Servicios Deportivos a las Administraciones Públicas (AEESDAP), la jornada sobre la transformación del Estadio Santiago Bernabéu y también la visita al centro de Green Fit en San Sebastián de los Reyes fue muy interesante y permite apreciar la evolución del sector, todo ello demuestra que el gestor deportivo sigue siendo inquieto, participativo y sobre todo en permanente progreso.

Por eso, una vez descansemos merecidamente este verano, si las temperaturas nos dan tregua, tenemos que afrontar un muy interesante cuarto trimestre del año, desde el Círculo de Gestores Deportivos tenemos programadas diversas actividades pensando en la normalidad que nos permita realizar jornadas técnicas, visitas a instalaciones, jornada sobre el deporte municipal, tendremos que hablar del nuevo borrador sobre la ley de ordenamiento de los profesionales del deporte y de tantas cosas más...

FAGDE junto a GEPACV celebrará el Congreso Nacional de Gestión Deportiva durante los días 20 y 21 de octubre en Torreveja y espero que seamos muchos los que podamos acudir a esta importante cita, desde el Círculo os propondremos fórmulas que faciliten este acceso.

Por último, os invito a todos a que nos hagáis llegar cualquier iniciativa que consideréis interesante y susceptible de organizarse ya que nuestra asociación tiene la fuerza que sus socios le dan y nos gustaría mejorar la interacción entre nosotros.

Agradezco a todas las personas y empresas que colaboran con el Círculo de Gestores y que permiten ayudar y aportar a la sociedad el deporte como herramienta de salud indispensable.

¡Feliz Verano!

D^a. Milagros Díaz Díaz

Presidenta Círculo de Gestores Deportivos

Editorial

Círculo de Gestores Deportivos de Madrid

www.circulodegestores.com

info@circulodegestores.com

f www.facebook.com/CirculoGestores

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

Redacción

Eva Gómez

Colaboradores

Andrés Mir, Francisco Gómez Almeida,
Jorge Manrique Collado y Mariela Villar
Heidelberg

Diseño y realización

Valgo

+(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 Landaluce

Vocales

D. Antonio Montalvo del Amo

D. Lucas Eduardo Peñas Gómez

D. Rafael Gutiérrez Guisado

D. Nicolás de la Plata.

D. José Antonio Sevilla Torrecilla.

D. Fernando Andrés Pérez.

D. Alberto Álvarez

D. Ricardo de las Heras Baraja

D^a Rosa de Tapia

D. Manel Valcarce Torrente

D. Pablo Sánchez Buján

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

¡En Marcha! Nos movemos para tí

PREPARADOS...

para una vuelta segura

- DESINFECCIÓN CON HIPOCLORITO Y OZONO.
- DOSIFICADORES DE HIDROGEL, MAMPARAS DE SEGURIDAD, ...
- OFERTA DE CLASES DE ACTIVIDAD FÍSICA EN DIRECTO EN REDES SOCIALES.
- ADAPTACIÓN DE MEDIDAS DE SEGURIDAD EN SALAS DE CLASES COLECTIVAS Y SALAS FITNESS.

LISTOS...

nos movemos para tí

- APP VIRTUAL
- NUEVA OFERTA DE CLASES DE ACTIVIDAD FÍSICA EN STREAMING
- CONTROL DE AFOROS.
- NUEVA OFERTA DE SERVICIOS.
- TUTORÍAS PERSONALIZADAS

¡YA!

deporte con seguridad

TE ESTAMOS ESPERANDO

Vive el deporte

PREGUNTAR, ESCUCHAR Y ACTUAR PARA LIDERAR EL CAMBIO

EULEN SPORT ESTÁ PREPARADA PARA LIDERAR ESA TRANSFORMACIÓN.

El COVID trajo de vuelta todas nuestras inseguridades como personas, como trabajadores y como empresas. Apenas dos años más tarde, la realidad es que el mundo sigue evolucionando tan rápido que sus cambios, para los que a menudo no estamos preparados, nos afectan constantemente.

El mundo cambia y evoluciona, y nosotros tenemos que ir cambiando al mismo ritmo que él. Todo es una cuestión de adaptarse. Esto es algo que hemos aprendido durante la pandemia, y el deporte y la actividad física son un claro ejemplo de ello.

Son muchos los estudios y artículos que señalan cuales son los principales problemas y deficiencias que tenemos en los servicios deportivos. La poca digitalización, la falta de una oferta atractiva adecuada a la experiencia que el cliente demanda y las deficiencias de los servicios e instalaciones, son solo algunos de los más importantes.

Por todo ello, desde Eulen Sport queremos desarrollar las acciones necesarias para adaptarnos a los cambios constantes en la actividad física y en el deporte, y mejorar esas ineficiencias.

La digitalización es la palabra de moda en todos los sectores, incluido en el deporte. La pandemia nos obligó a adaptarnos para seguir ofreciendo a todos nuestros usuarios una amplia oferta de actividades deportivas incluso durante los meses más críticos del confinamiento en los que las personas no podían salir de sus casas.

En ese momento, el contenido digital, desde actividades online, pero también los cursos y los diferentes talleres, fueron esenciales, y fueron una vía de escape para millones de personas, y también una oportunidad para el sector.

Andrés Mir



Hoy, los servicios digitales han avanzado mucho a raíz de la pandemia, la recuperación de los servicios tiene una tendencia positiva, y así queda reflejada en la digitalización de procesos y gestión de los servicios para mejorar la optimización de todos los recursos que se ha llevado a cabo.

La gran mayoría de servicios e instalaciones siguen ofreciendo estos servicios digitales, pero con un contenido pobre en valor, en uso y sin especialistas en las materias de comunicación, marketing o entrenamientos sin una formación específica.

Por esta razón, desde Eulen Sport hemos apostado por la profesionalización de nuestros servicios deportivos en todas las áreas tanto de marketing y comunicación como de entrenamiento presencial y online para ofrecer contenidos de calidad adaptados a cada situación.

Desde nuestras casas pudimos comprobar que estar en forma es una cuestión de esfuerzo, ganas y actitud. También comprobamos que cualquier tipo de material es bueno para mejorar nuestra condición física; desde unas garrafas de agua a unas escaleras. El confinamiento agudizó nuestro ingenio.

Ahora, nos encontramos en un proceso de creación y renovación de los espacios deportivos, puesto que la gran mayoría de estos espacios actualmente están poco adaptados.

Desde Eulen Sport el material funcional pasa a ser una parte primordial en nuestra oferta. Creemos

que una buena oferta de materiales funcionales y la incorporación de nuevos accesorios en las instalaciones deportivas combinado con formaciones especializadas de los profesionales, clases atractivas y una línea correcta de comunicación nos puede ayudar a crear espacios más atractivos, funcionales, amplios y rentables.

Nos queremos alejar del concepto clásico de gimnasio con todas las máquinas de musculación de última tecnología, las cuales tienen un precio y un mantenimiento anual muy elevado.

Nuestros servicios dependen de los usuarios por lo que hemos incorporado diferentes acciones para adaptar nuestros servicios y situar al usuario en el centro de nuestra estrategia.

Preguntar, escuchar y actuar son tres conceptos clave para hacer de nuestros servicios lo que los usuarios quieren, ya que son ellos los que van a disfrutarlos.

Los jóvenes son actualmente nuestros principales usuarios. Y son ellos los que cada vez cuentan con más información sobre las “tendencias” del fitness gracias a las redes sociales. Pero también son más críticos a la hora de valorar los servicios por lo que una gran parte de nuestros recursos tienen que ir destinados a ellos, para lograr que encuentren en nuestros espacios y servicios un lugar al que volver, y donde estén cómodos.

A lo largo de los últimos años hemos visto como infinidad de servicios han incorporado alguna de las novedades fitness del momento, pero que han tenido una vida

corta en la oferta. Por ello, hemos creado el LAB Eulen Sport para analizar y probar las nuevas alternativas del mercado y ponerlas en marcha en servicios valorando el PCI (Índice de Complejidad de Producto) realizando las diferentes evaluaciones y así analizar su aceptación y posible incorporación en el resto de los servicios nacionales.

Ve a un parque, siéntate en un banco y disfruta viendo a la gente hacer deporte. Las experiencias que se viven en lugares pocos habituales para nuestros usuarios son experiencias que se mantienen en el tiempo y provocan un sentimiento de permanencia mayor en nuestros centros y servicios.

Clubes de corredores, de triatlón, de ciclismo, rutas por la ciudad, escalada, bautismos de buceo... todas tienen el mismo componente; el disfrute de la actividad física al aire libre controlada por profesionales en la Actividad Física y del deporte.

No podemos predecir el futuro, pero creemos en una propuesta que permita consolidar una comunidad fitness en torno a nuestros servicios en donde el usuario sea el centro de nuestra propuesta deportiva.

Me gustaría terminar como he empezado. Han pasado ya dos años desde el estallido de la pandemia, las lecciones aprendidas durante esos meses deben de ser el motor de cambio. Si adaptarse es la única solución a los incesantes cambios del mundo, Eulen Sport está preparada para liderar esa transformación.



ESPACIOS DE JUEGO EXTRAORDINARIOS EN CENTROS DEPORTIVOS

Crea una verdadera experiencia de **ocio personalizada** para tus públicos y convierte tu espacio en **algo extraordinario**

ISABA
www.isaba.com



CLAVES PARA INVERTIR EN LA INDUSTRIA DEPORTIVA ACTUAL, ¿QUÉ HA CAMBIADO?

Francisco Gómez Almeida
frang@valgo.es



Recientemente, la plataforma de valoración de medios de patrocinio y análisis de datos “Nielsen Sports”, ha publicado un informe acerca de la inversión en la industria deportiva, enfocándose en los principales factores para tener en cuenta a la hora de que las empresas establezcan sus estrategias de inversión, algo que afecta tanto a empresas patrocinadoras como a patrocinadas.

La conclusión fundamental que se extrae es que actualmente el consumidor predominante es aquel perteneciente a las generaciones digitales, por lo que es muy recomendable ser conocedor del comportamiento actual de dichos usuarios, con especial énfasis en las transmisiones deportivas en vivo y en diferido.

Inversión por generaciones: debido a la aparición de las nuevas tendencias digitales, hay grandes diferencias por generaciones en el consumo de la industria deportiva. Las nuevas generaciones, especialmente la Generación Z, es mucho más propensa a las actividades multipantalla y al uso de redes sociales y Apps durante las propias retransmisiones deportivas. De hecho, los últimos datos indican que el 47% de los aficionados españoles buscan estadísticas en directo mientras ven un evento deportivo. Sin embargo, otras gene-

raciones siguen utilizando predominantemente los medios tradicionales, como televisión y radio. Por tanto, cada vez es más usual que las empresas realicen distintas estrategias basadas en los hábitos de consumo de cada generación.

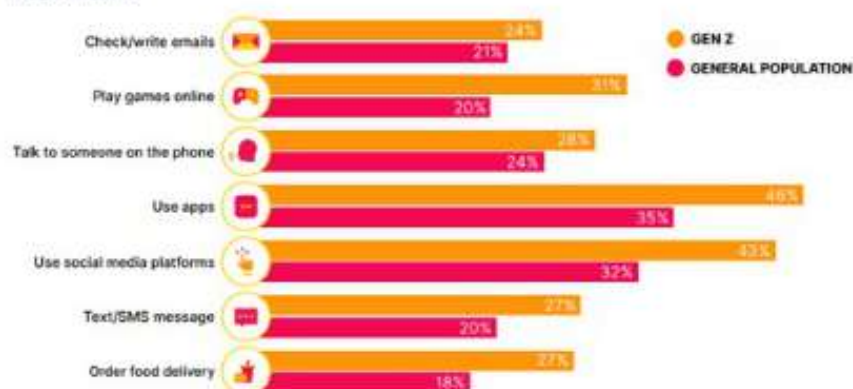
Otra clave de la industria deportiva actual es la **inversión en influencers**. Según el reporte de Nielsen Sports, el 71% de los consumidores confían plenamente o al menos en parte en las opiniones de los influencers en cuestión de marcas, productos y servicios. Destaca también el hecho de que el 68% de los usuarios confían más en los nuevos micro y nano influencers (menos de 50.000 seguidores), que en los grandes influencers. Tik Tok se ha convertido, por su parte, en la red social más utilizada por los consumidores durante las retransmisiones de los eventos.

Al igual que está ocurriendo en otros sectores como el agroalimentario o el inmobiliario, la sociedad cada vez demanda una **mayor implicación en la protección del medio ambiente**. En este sentido, el 63% de los usuarios no creen que las medidas tomadas por las marcas para abordar los problemas medioambientales estén siendo realmente efectivas. Aumentar la inversión en este aspecto, por tanto, supone un crecimiento en el valor de la propia marca.



Activities while watching sports

Regularly (%)



Source: Nielsen Fan Insights, August 2021

Figura 1. Actividades realizadas mientras se ven eventos deportivos. Fuente: Nielsen Fan Insights (2021).

La cuarta clave es la **inversión en blockchain o criptoactivos**. El estudio de Nielsen Sports evidencia el gran crecimiento que está teniendo en el sector deportivo, con la aparición de Fan Tokens y Digital Collectibles/ NFT asociados al ámbito del deporte. Por este motivo, muchas empresas están redirigiendo sus estrategias de marketing para optimizar la inversión en patrocinios deportivos al mismo tiempo que mejoran sus interacciones con los fans.

Sin duda uno de los cambios más significativos y socialmente importantes de los últimos años es la desvinculación del **patrocinio del deporte femenino** del masculino, lo que además ha supuesto un aumento exponencial de la inversión. Los datos de Nielsen Sports indican que esta temporada el patrocinio en deporte femenino en España ha crecido un 146%; y la audiencia de los eventos deportivos femeninos un 542% en comparación con la temporada anterior.

Las dos últimas claves de la inversión en la industria deportiva actual son la inversión en eSports, con un crecimiento del 50% de seguimiento por parte de los fans en los dos últimos años, creciendo el mercado un 21% en 2021; y la inversión en medios OTT, o medios de transmisión libre. Se trata de aquellos medios de comunicación considerados como no tradicionales y ofrecidos a través de Internet. Actualmente, las principales ligas de fútbol europeas, el circuito de tenis ATP y muchos otros campeonatos de influencia mundial, son retransmitidos en este tipo de medios. Por esta razón, muchas marcas están invirtiendo en estos medios, aprovechando el consecuente aumento de las oportunidades de patrocinio.

En conclusión, al igual que está ocurriendo en otros sectores dedicados principalmente a los servicios, el aficionado se está convirtiendo en el gran catalizador del cambio. A pesar de las diferencias generacionales en cuanto a la digitalización, el mundo tradicional y el digital se están fusionando, lo que, en palabras de Marco Nazzari, director gerente internacional de Nielsen Sports, “permite que el ciclo vital de los patrocinios se esté ampliando, creando oportunidades de monetización adicionales y más integrales”.

Las marcas deben adaptarse y aprovechar las nuevas oportunidades de la tecnología y las plataformas digitales, de manera que se pueda desarrollar una mayor interacción con los aficionados, los cuales cada vez se están convirtiendo más en el centro del servicio digital.





IMPULSAMOS TU NEGOCIO

CONSULTORIA | MARKETING



Más información y contratación:



www.valgo.es



valgo@valgo.es



+34 91 579 99 26

DEPORTE ACTIVO PARA MAYORES, UN SINFÍN DE VENTAJAS CONTRASTADAS.

VENTAJAS Y CÓMO CONTRIBUIR A LA ACTIVACIÓN FÍSICA ENTRE NUESTROS MAYORES, MÁXIME, DESPUÉS DE UNA PANDEMIA MUNDIAL QUE NOS HA TENIDO EN JAQUE DURANTE 2 AÑOS

Jorge Manrique Collado
*Concejal de Deportes del
Ayuntamiento de Cubas de la Sagra*



Jorge Manrique Collado concejal de Deportes del Ayuntamiento de Cubas de la Sagra hace balance de la situación deportiva entre los mayores después de estos dos años de casi obligado parón.

La pandemia ha cambiado muchas cosas de nuestras vidas cotidianas, afectando a nuestra manera de vivir el ocio y volver a la rutina deportiva.

Los datos y encuestas pre-pandemia de nuestros mayores eran muy positivos en cuanto que apuntaban a un gran incremento en los hábitos de actividad física de la gente mayor. Ahora es muy importante que seamos capaces de retomar estas buenas costumbres y por ello hemos de seguir buscando y trabajando los diferentes recursos de los que podemos disponer y por tanto tener claro el objetivo que no es otro que buscar la manera para que estas cifras no decaigan y entender que es importante una vida saludable entre ellos.

Es fundamental en primer lugar entender la importancia que tiene llevar una vida activa entre las personas mayores de 65 años: promover unos hábitos de vida saludables que contribuirá a la mejora de la salud y la calidad de vida de nuestros mayores y que a la vez redundara e incentivara en la ganancia de autonomía, seguridad e independencia activando a su vez el desarrollo cognitivo fomentando la socialización evitando así uno de los más importantes problemas sociales actuales como es el aislamiento y la soledad en nuestros mayores.

“Las administraciones junto a las empresas privadas tienen que desarrollar programas de salud activa para nuestros mayores”

Por tanto, desde las administraciones públicas debemos tomar una conciencia proactiva para marcar junto con las empresas del sector deportivo los caminos y estrategias dando facilidades para que puedan invertir en desarrollar programas, metodologías y actividades enfocadas a esta salud activa tanto física como psicológicamente en los mayores de cada comunidad.

Gracias al esfuerzo de los responsables deportivos de los municipios y de la Comunidad de Madrid, han aumentado las ayudas de las cuales, nosotros, como Administración Local, nos hemos beneficiado. Estamos presentando gran cantidad de programas deportivos orientado a la promoción del deporte y la actividad física en los mayores en conjunto con las entidades privadas y teniendo muy en cuenta las opiniones y peticiones de los participantes en los programas.

“El programa de salud activa a coste 0, permite e invita el acceso a la actividad física y deporte a todos sin ninguna excusa económica”

Es el segundo año consecutivo que se lanza el programa Salud Activa donde nuestros mayores pueden hacer actividad física a coste 0 siendo evidente un incremento en el número de vecinos que están yendo a la actividad que ya no tienen ninguna “excusa” para no acudir a hacer deporte y vida sana.

Otro de nuestros objetivos sería hacerles partícipes de la actividad física al aire libre potenciándola con actividades enfocadas en la educación ambiental para que ellos sean el ejemplo de las siguientes generaciones haciendo un mejor uso de los recursos naturales manteniendo un equilibrio ambiental y la conservación biológica de la naturaleza garantizando que las generaciones actuales y futuras puedan llevar hábitos igualmente saludables con el medioambiente.

Sabemos de la importancia de ir poco a poco recuperando la actividad física, debe ser un trabajo paulatino y sin parar en el cual toda la sociedad debe estar implicada. El deporte es el camino no solo para tener beneficios físicos sino también psicológicos y educativos.

LA AUTÉNTICA REVOLUCIÓN DEL FITNESS AL AIRE LIBRE

UN ENTORNO DE ENTRENAMIENTO INNOVADOR

PORTÁTIL Y FÁCIL DE USAR

100% EQUIPADO PARA TUS CLASES

ALTA RENTABILIDAD Y ASESORAMIENTO PERSONALIZADO

CUBOFIT

info@cubofit.es | 649 733 808
www.cubofit.es



¿PORQUE ES IMPORTANTE INTERNACIONALIZAR?



Mariela Villar Heidelberger
PhD Economía & Empresa
"Internacionalización Empresarial"

La internacionalización empresarial, conlleva optimizar el grado de competencia en el mercado nacional y dentro de la vista internacional, el mayor grado de competencia en un país entre las compañías de un sector que obligará a innovar y a realizar continuos esfuerzos en optimizarse y aprender. Al mismo tiempo, exigirá a muchas de ellas a intentar salir fuera de sus fronteras, especialmente cuando existan economías de escala que consigan una mayor eficiencia y rentabilidad. Esta rivalidad nacional a menudo abarca aspectos no sólo económicos o comerciales, sino también personales, compitiendo no solamente por cuotas de mercado, sino también por los individuos, por la excelencia técnica o por los derechos de presumir de tener a los mejores. El éxito de un competidor local manifiesta a los otros que es posible avanzar y muchas veces atrae a nuevos participantes al mercado. Cuanto más localizada esté la competencia, más intensa será y mejor para la competitividad internacional. Este proceso de concentración territorial es sorprendentemente común en todo el mundo.

En el sector del fitness y el ejercicio físico hay países y regiones que también van más avanzadas con el desarrollo de nuevos servicios y tecnologías

en el sector. El hecho de tener una competencia fuerte en la región hace optimizar y dar un mejor servicio a otros operadores. Cada uno de ellos también realiza un proceso de internacionalización regional, primero irá a los mercados más cercanos o conocidos para que la excesiva excelencia de su competencia, no lo deje desarrollar en el nuevo mercado (IHSA, 2019).

En el sector del fitness y el ejercicio físico es imprescindible que también los sectores afines sean competitivos, esto dará como resultado que la prestación de servicios general sea de mejor calidad y las alianzas con los socios locales se retroalimenten. Es imprescindible estar en un ecosistema tecnológico que la industria pueda sacar provecho de ello para cada vez dar un mejor servicio apoyada de la tecnología y sus avances.

No olvidar, que la actuación de los gobiernos, lejos de crear ventajas artificiales, debe potenciar las ventajas competitivas naturales de las compañías y deben favorecer la creación de factores avanzados, incitar la demanda, las relaciones entre empresas y las alianzas entre éstas. Unas orientaciones básicas para la actuación de los gobiernos en el campo de la competitividad empresarial podrían ser:

- a** focalizarse en la creación de factores especializados,
- b** evitar interponerse en los mercados de factores y de dinero, ya que actúan contra la mejora de la industria creando ventajas competitivas poco sostenibles,
- c** aplicar estrictas normas sobre productos, seguridad y medio-ambientales, anticipándose inclusive a las normas que se extenderán internacionalmente,
- d** restringir la cooperación directa entre sectores competidores en aspectos como la investigación y el desarrollo,
- e** promover incentivos que motiven una inversión continuada,
- f** desregular la competencia
- g** crear fuertes políticas antimonopolio interiores, rechazando el comercio pactado.

Como se puede observar, cada uno de los anteriores factores influye en la capacidad de innovación y de mejora del sector en la nación de origen. Juntos constituyen un sistema dinámico cuyas interrelaciones pueden tener un importante efecto sobre la competitividad internacional.

Facultad de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.

Referente en investigación de la Actividad Física y el Deporte aplicada a la Salud según el Ranking I-URG de Universidades Españolas. Acreditados internacionalmente por la European Health & Fitness Association.

- ▶ **Grado en Gestión Deportiva.**
- ▶ **Global Sports Management Degree.**
- ▷ Grado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte + Dobles Grados.
- ▷ Doctorado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.

Más info:
<https://universidadeuropea.es/>



**Universidad
Europea**





JORNADA FORMATIVA “ESTADIOS Y ARENAS DEPORTIVOS: MODELO DE GESTIÓN DEL NUEVO SANTIAGO BERNABÉU”

ACTIVIDADES DEL CÍRCULO DE GESTORES

El Círculo de Gestores sigue con su objetivo de realizar diferentes actividades y eventos para mejorar el conocimiento y compartir experiencias entorno a la gestión deportiva. A continuación mostramos aquellas que han tenido lugar en los últimos meses.

Finaliza la Jornada Formativa “Estadios y Arenas Deportivos: modelo de gestión del nuevo Santiago Bernabéu”

El pasado miércoles 4 de mayo ha tenido lugar la **Jornada Formativa “Estadios y Arenas Deportivos: modelo de gestión del nuevo Santiago Bernabéu”**, organizada por el **Círculo de Gestores Deportivos de Madrid** junto con la **Escuela Universitaria del Real Madrid**, de la Universidad Europea de Madrid. Se ha celebrado en el Campus de Alcobendas de la Universidad.

La presentación de la jornada formativa la ha realizado **Milagros Díaz**, Presidenta del Círculo de Gestores

Deportivas de Madrid. Posteriormente, **Javier Doña**, Stadia & Sports Management Advisor y Consultor en Sports Management, ha impartido una excelente ponencia acerca de las principales características y elementos de la gestión de estadios y arenas, con especial atención al actual proyecto de remodelación del estadio Santiago Bernabéu.



JORNADA FORMATIVA 5 + 5 = 10 “CLAVES PRÁCTICAS EN LA GESTIÓN DE LA CONTRATACIÓN PÚBLICA Y DE LAS SUBVENCIONES DE DEPORTES EN LA ADMINISTRACIÓN LOCAL”

Finaliza con éxito la Jornada Formativa 5 + 5 = 10 “Claves prácticas en la gestión de la Contratación Pública y de las Subvenciones de deportes en la Administración local”

El pasado miércoles 27 de abril ha tenido lugar la **Jornada Formativa 5 + 5 = 10 “Claves prácticas en la gestión de la Contratación Pública y de las Subvenciones de deportes en la Administración local”**, organizada por el **Círculo de Gestores Deportivos de Madrid** en colaboración con la **Universidad Europea de Madrid** y **AEESDAP**.

La presentación de la jornada formativa la ha realizado **Milagros Díaz**, Presidenta del Círculo de Gestores Deportivos de Madrid. Posteriormente, **José María Cabrera Domínguez**, Director General de Función Pública y

Nuevas Tecnologías del Cabildo de Gran Canaria, ha impartido una ponencia acerca de los conceptos básicos y las claves prácticas de la contratación pública. Tras él, **Yago Monteoliva Rodríguez**, Gerente de la Asociación Española de Empresarios de Servicios Deportivos a las AA.PP., ha realizado una ponencia sobre la redacción y ejecución de los pliegos de condiciones, teniendo en cuenta tanto el punto de vista de la administración pública como de las empresas deportivas.

Tras haber podido disfrutar de un almuerzo conjunto en la propia Universidad, por la tarde ha intervenido

nuevamente **José María Cabrera Domínguez**, con una ponencia acerca de los principales conceptos y claves de las subvenciones, donde ha incidido en la importancia de la elaboración de un plan de mejora personal para el desarrollo de esas competencias. Por último, **Aitor Canibe Sánchez**, Subdirector General de Promoción e Innovación Deportiva del Consejo Superior de Deportes, ha impartido una ponencia destacando las principales características y acciones a realizar en el marco del fomento del sector del deporte en instalaciones deportivas, dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.



FAGDE Y EL CONSEJO COLEF ANALIZAN LA FUTURA REGULACIÓN DE LAS PROFESIONES DEL DEPORTE ”

FAGDE y el Consejo COLEF analizan la futura regulación de las profesiones del deporte ”

El pasado 06 de abril ha tenido lugar una reunión entre representantes de la **Federación de Asociaciones de Gestión del Deporte de España (FAGDE)** y del **Consejo de Colegios de Licenciados en Educación Física y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (Consejo COLEF)**, en la cual se ha intercambiado información y posicionamiento acerca de la futura regulación de las profesiones del deporte.

Por parte del Consejo COLEF han asistido **Vicente Gambau**, su presidente; **Javier Portela**, su gerente; y **Carlota Díaz**, la coordinadora regional. Por su parte, FAGDE ha tenido como representantes a **Fernando París**, su presidente; **Milagros Díaz**, su vicepresidenta y presidenta del Círculo de Gestores de Madrid; y **Moisés Navarro**, delegado de Agesport en Almería.

En dicha reunión se han analizado asuntos de gran relevancia actual, como las alegaciones presentadas por FAGDE en diciembre de 2020 en el proceso de participación pública de

la nueva ordenación; o el documento actualizado del Consejo COLEF sobre la misma materia. Se ha recalado la similitud de muchos aspectos de los textos de ambas entidades, en las diferentes competencias estatales y comunitarias sobre esta cuestión y en la necesidad de que la nueva legislación estatal sirva tanto para regular las profesiones tituladas, como para unificar y acercar los diferentes escenarios normativos en el resto de las profesiones del deporte en las distintas Comunidades Autónomas.

El “**Plan Anual Normativo de la Administración General del Estado para 2022**” tiene previsto que la Ley por la que se regulan las profesiones del deporte deba ser aprobada por el Gobierno, para elevarse posteriormente a las Cortes Generales, antes de finalizar 2022. Ya en diciembre de 2020, esta iniciativa legislativa se elevó a consulta pública previa, para que los diferentes agentes del sistema deportivo nacional pudieran realizar sus aportaciones, entre los que se encuentran el Consejo COLEF y FAGDE.

Esta iniciativa se ha incluido actualmente en el “**Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia**”, en el proyecto correspondiente al Ministerio de Cultura y Deporte (de forma específica en el componente 26), y ha sido aceptada por la Comisión Europea como uno de los hitos que debe cumplir España antes del 31 de diciembre de 2023 para el desembolso de los z.

Por tanto, tanto FAGDE como el Consejo COLEF se encuentran a la espera de que el Gobierno elabore bien un texto de contenidos de la regulación o bien un texto articulado de la misma, para así poder pronunciarse sobre el mismo. Por parte de FAGDE se ha señalado que no adoptará ninguna posición hasta que uno de esos documentos salga a la luz.


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

PISTA CONCIERTOS (*)	1456 asientos
PISTA BALONCESTO (*)	905 asientos
PISTA TENIS (*)	691 asientos
PISTA BALONMANO (*)	613 asientos
GRADERA ALTA	392 asientos
GRADERA BAJA	3011 asientos
GRADERO TOTAL	8590 asientos



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.A.
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

www.facebook.com/CirculoGestores

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



FAGDE

Federación de Asociaciones de
Gestores del Deporte de España