

# DEPORcam

LA REVISTA DEL CÍRCULO DE GESTORES



NÚMERO 50

EDITA INGESPOR

# 50 NÚMEROS

# DEPORcam

**ENTREVISTA:**  
**ANTONIO BARBERO, SOCIO FUNDADOR DE GIMNASIARCA**

BARBI, COMO LE CONOCEN LOS AMIGOS, NOS HABLA SOBRE LOS ESTÍMULOS QUE HAN GUIADO SU CARRERA COMO GESTOR, PROFESOR Y PROMOTOR DEPORTIVO

**REPORTAJE:**  
**SOCIEDAD ESPAÑOLA DE ECONOMÍA DEL DEPORTE (SEED)**

CELEBRA, CON GRAN ÉXITO, SU PRIMER ENCUENTRO VIRTUAL CON CERCA DE 50 COMUNICACIONES CIENTÍFICAS

**NOTICIA:**  
**MANEL VALCARCE ALCANZA EL GRADO DE DOCTOR**

CON UNA TESIS DOCTORAL SOBRE LA INFLUENCIA DEL USO DE LA TECNOLOGÍA EN LA ADHERENCIA DE LA PRÁCTICA FÍSICA SOBRE LOS USUARIOS DE CENTROS DE FITNESS



DISEÑO &  
CREACIÓN  
ESPACIOS  
FITNESS &  
WELLNESS



Vestuarios



Spa



Sala Fitness



Funcional



Fitboxing



Hiit



Cross Training



Clases Colectivas

info@thomas.es  
www.thomas.es

**THOMAS**  
WELLNESS GROUP

## DEPORCAM 50

# Sumario

Editorial <b>5</b>	Comunicación para el cambio social en materia de actividad física. <b>24</b>	
El ejercicio físico como herramienta terapéutica. <b>6</b>	Literatura y Deporte: Correr. <b>26</b>	OJMAR supera un siglo de historia con la Introducción de más inteligencia en sus productos. <b>44</b>
Estrategia Omnicanal como mejora de la experiencia del usuario. <b>8</b>	Tesis doctoral de Manel Valcarce. <b>27</b>	El benchmarking en el deporte. <b>46</b>
La Palestra del Círculo de Gestores de Madrid <b>10</b>	Reportaje especial sobre los 50 números de Deporcam. <b>28</b>	"Todos a Tokio". <b>47</b>
MATRIX FITNESS presenta su nuevo portfolio de cardio. <b>12</b>		Las entidades deportivas en la era techno. <b>48</b>
IGOID-FITBE: Plataforma digital para la promoción de hábitos activos-saludables en adultos mayores. <b>14</b>	INPOSSA: Clubes deportivos protegidos frente al virus con el único sistema de desinfección activa <b>32</b>	Innovación y medicina deportiva: la excelencia quirúrgica al servicio del deportista. <b>50</b>
Deporte, Sociedad y Pandemia. <b>18</b>	Nace 2Playbook <b>35</b>	Grupo Internacional de Actividades de Prevención y Socorrismo (GIAPS). <b>52</b>
Primer Encuentro Virtual SEED. <b>20</b>	Entrevista a Antonio Barbero. <b>36</b>	
La importancia de llamarse PIB. <b>22</b>	El origen de la furia española. <b>40</b>	Los eSports en España ¿un valor seguro? <b>56</b>

## directorio

**Director de Deporcam** Benito Pérez González

**Redacción** Javier Aguiar, Pablo Sánchez Buján

**Consejero Delegado DEPORCAM** Nacho Zambrana

**Edita INGESPOR**

deporcam@deporcam.com

**Círculo de Gestores**

info@circulodegestores.org

**Comité Científico** Dr. Alfonso Arroyo, Dra. Pilar Conde Colmenero, Dr. Fernando de Andrés, Dr. Francisco de la Torre, Carlos Delgado, Dr. Alberto Dorado, Dra. Leonor Gallardo, César Navarro, Ignacio Zambrana

**Impresión, diseño y realización** Copysell, S.L.

Depósito Legal M-12557-2011

### CÍRCULO DE GESTORES DEPORTIVOS

**Presidente** D<sup>a</sup>. 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<sup>a</sup> Alicia Martín Pérez  
D. Manel Valcarce Torrente  
D. Pablo Sánchez Buján



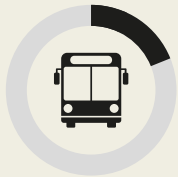
La marca de la gestión forestal responsable



# En ningún sitio como en GO fit

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

## Índice de seguridad ante el COVID-19



1,5 / 8

Transporte público



3,5 / 8

Oficinas



4,08 / 8

Centros Comerciales



4,25 / 8

Supermercados



4,6 / 8

Hogares



6,4 / 8

Hospitales



# 7,4 / 8

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

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

Más información en [medidascontraelcovid.go-fit.es](https://medidascontraelcovid.go-fit.es)

**GO fit**

VIVE MÁS Y MEJOR

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



Sheffield Hallam University  
Advanced Wellbeing Research Centre

Universidad Rey Juan Carlos



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

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



**Nacho Zambrana**

Ingesport. Desarrollo de Negocio

# CONTRA EL COVID, TRANSFORMACIÓN CON TALENTO.

Vivimos un año especial, afortunadamente ya está en el ocaso.

Es obvio que las dificultades para el sector del fitness han sido y siguen siendo tremendas. La caída de ingresos por el desuso en las infraestructuras deportivas es importante, incluso desmesurado. Muchos centros no abrirán nunca más las puertas a sus clientes.

Toca reinventarse y prepararse para el futuro, aunque lo fundamental es afrontar el presente con responsabilidad y compromiso. Es verdad que somos parte de la solución, y ésta comienza con el reto de convertir los espacios deportivos en entornos seguros y fiables.

Es ahora cuando el **TALENTO** empresarial toma mayor protagonismo, y por tanto es ahora cuando aquellas organizaciones preocupadas en disponer de equipos solventes, preparados y con carácter, sobresaldrán por encima de las demás.

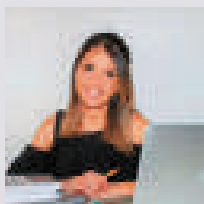
La evolución que el sector del fitness ha experimentado en la última década es espectacular. En lo fundamental todo parece similar, los equipamientos simulan de forma dirigida gestos biomecánicos naturales con

cargas y palancas, las clases colectivas necesitan de la instrucción directa del profesor, y los asesores y comerciales, siguen hablándonos de las bondades del ejercicio físico. Pero la verdad es que todo ha cambiado de forma radical. Ya nadie se imagina un centro deportivo sin la información instantánea que las APP aportan, la conectividad prima por encima de todo. Lo cierto es que todo es distinto, y es mejor.

Necesitamos **TALENTO** para diferenciarnos, porque la capacidad de subvertir el rechazo sociológico que el COVID ha traído al sector, solo se conseguirá **TRANSFORMÁNDONOS**. Somos transmisores de **SALUD**, por ello hemos de invertir en seguridad y convencer.

Nuestros clientes han de sentirse más seguros en nuestros centros que en ningún otro sitio, ese es el objetivo y el reto. Dedicemos recursos para que sea posible.

Ahora la **TRANSFORMACIÓN** para esta década no puede ser otra, que las mejores y mayores medidas higiénico-sanitarias en nuestros centros deportivos. Esta tendencia también viene para quedarse.



**Paula del Villar**

Psicóloga sanitaria. Psicóloga sanitaria. Especialista en Psicología del deporte y de la salud.  
Área personas en Ingesport Health & Spa Consulting.

# EL EJERCICIO FÍSICO COMO HERRAMIENTA TERAPÉUTICA COMPLEMENTARIA PARA MEJORAR EL NIVEL DE BIENESTAR PSICOLÓGICO DE LAS PERSONAS.



Si algo hemos aprendido este último año, es que la prevención e intervención en salud mental es cada vez más necesaria en nuestras vidas. Debido a la situación de incertidumbre que estamos viviendo, los psicólogos hemos observado que el número de personas que ha demandado ayuda psicológica ha aumentado. La falta de recursos y herramientas psicológicas para enfrentarnos a un contexto en continuo cambio, ha supuesto un problema para muchas personas, viéndose desbordadas y experimentando síntomas que se identifican dentro de un cuadro de ansiedad, depresión o estrés. Este desajuste emocional se ve reflejado en la salud física, pudiendo experimentar dificultad para dormir, dolor abdominal, tensión muscular, cambios en el apetito, fatiga, falta de concentración o irritabilidad, entre otros etc.

En este escenario actual, la práctica de la actividad física y el deporte se ha convertido en un gran aliado de la terapia psicológica, para la mejora del bienestar y la calidad de vida de los pacientes, dado el gran número de relaciones psicósomáticas que se dan en el individuo.

¿Qué cambios físicos y psicológicos podemos experimentar con la práctica deportiva? ¿Cómo podemos generar adherencia y convertirlo en hábito? ¿Qué es lo que me motiva para hacer deporte? ¿Por qué me cuesta implementarlo en mi día a día?

Para responder a estas preguntas, tenemos que acudir a las bases psicológicas que determinan el comportamiento humano. Por ello es importante entender que la motivación se refiere al proceso o condición que puede ser fisiológico o psicológico, innato o adquirido, interno o externo al organismo, el cual determina o describe por qué se inicia la conducta, se mantiene, se guía, se selecciona o finaliza. De ahí la importancia de analizar y comprender por qué realizo deporte, desde la elección y no desde la obligación, previo a comenzar a realizar actividad física. Asimismo, la motivación se puede diferenciar en motivación intrínseca, cuyo objetivo es el propio placer o interés personal en realizarla, y que surge espontáneamente por tendencias internas y necesidades psicológicas, sin que haya ninguna recompensa. Por otro lado, la motivación extrínseca incide en que las causas de la conducta provienen del exterior y que no se encuentran dentro de la persona, tales como reconocimiento social, dinero, premios o castigos.

Desde esta perspectiva, si queremos que el deporte se vuelva un hábito y utilizarlo como elemento terapéutico, sería importante, en primer lugar, analizar los motivos que llevan a las personas a practicar deporte, para así poder favorecer una motivación más intrínseca, que genere más adherencia en el ciudadano.

En este sentido, habría que enfocar la práctica deportiva como una pauta de autocuidado, con el fin de mejorar su bienestar, autoestima y percepción de uno mismo. De esta forma, el deporte será percibido como una herramienta para mejorar la calidad de vida de la persona desde una perspectiva terapéutica más integral.

En segundo lugar, nos puede ayudar en el proceso terapéutico, el uso de aplicaciones tecnológicas (APPs) para el registro de la práctica deportiva, contribuyendo con ello a mantener un estilo de vida saludable, puesto que estas aplicaciones nos permiten monitorizar y evaluar los objetivos marcados en la terapia, y controlar los cambios físicos y psicológicos que estamos experimentando. Tener un registro de lo que realizamos sirve como refuerzo positivo y nos ayuda a estar enfocados en los objetivos, dado que activa las áreas cerebrales implicadas con el placer, que a su vez generan un gran número de neurotransmisores y nos hace sentirnos satisfechos, percibiendo una sensación de bienestar, que asociamos a la gratificación obtenida. De esta forma, cuando pasamos a la acción, se ven involucradas las hormonas adrenalina y noradrenalina que ponen al organismo en marcha, con el objetivo de estar preparados para actuar. Se recompensa la acción con una sensación de placer al finalizar o mientras se realiza la actividad.

Otra herramienta terapéutica es la que está asociada a la práctica de actividad física en grupo, acudiendo a clases colectivas o participando en deportes de equipo, dado que puede ser beneficioso para mejorar el estado de ánimo, entendido como una herramienta de activación conductual que a su vez actúa como elemento socializador, probabilizando la adherencia a la práctica deportiva. No obstante, en el caso de no poder desplazarnos o carecer de recursos para costear ese servicio, también han surgido plataformas online donde poder recibir clases y a través de las cuales podemos obtener un resultado similar.

También podemos implementar en nuestra rutina deportiva actividades donde trabajemos las herramientas terapéuticas enfocadas en proporcionar mayor sensación de control, calma y bienestar a través de *Mindfulness*, o técnicas de respiración y relajación.

Por todo ello, podemos concluir que dentro de un proceso de intervención psicológica, el ejercicio físico supone un complemento terapéutico esencial, dado que permite incrementar los niveles de hormonas relacionados con la felicidad, lo que ayuda a la recuperación y mejora de la calidad de vida de la persona, tanto a nivel físico como psicológico.



**CONSULTORIA de EMPRESA**  
impulsamos tu negocio

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*



# Estrategia Omnicanal como mejora de la experiencia del usuario

Cada vez en mayor medida, los clientes y consumidores toman contacto con las marcas a través de diversos canales. Una adecuada estrategia omnicanal nos permitirá una correcta planificación de nuestra imagen y servicio que percibirán los usuarios en cada uno de los puntos de contacto que tengamos con ellos, mejorando así su experiencia

Años atrás, el customer journey consistía en descubrir productos a través de los medios de comunicación y la publicidad convencional, con la solicitud de información y compra en el propio punto de venta, o través del teléfono como atención al cliente y posventa. Actualmente, y más aún con la actual situación de pandemia, los medios sociales, el blog o la página web, así como la mensajería y el uso del teléfono móvil, son los canales de referencia en búsqueda de información sobre algún producto o servicio, y el comercio online gana cada vez más terreno.

El número de canales disponibles se incrementa y es por ello que debemos mantener una estrategia homogénea y una misma forma de recoger y almacenar la información. La estrategia omnicanal, por tanto, es el conjunto de herramientas que utilizaremos para llegar a nuestros usuarios, dinamizando la comunicación e interacción con ellos, de manera homogénea. El cliente se convierte en el centro de la estrategia.

## ¿Por qué es importante una estrategia omnicanal?

Básicamente, porque trata y mejora la experiencia aportada al cliente, y cómo recogemos la información. Para que tenga éxito, es fundamental integrar todos los datos de los clientes recogidos en una misma ubicación tecnológica central, que generen en tiempo real una información individualizada de cada cliente.

Según un estudio de IDC, los consumidores omnicanal tienen un 30% más de CLV (Customer Lifetime Value o el valor de vida de un cliente) que los que se relacionan o compran a través de un solo canal. Además, aquellas entidades con una estrategia omnicanal de fidelización establecida, alcanzan una tasa de retención de clientes del 89%, frente al 33% de empresas que no practican este planteamiento.

Sin embargo, existen tres aspectos a tener en cuenta: la privacidad del consumidor, la seguridad

de los datos y la atención personalizada. Debemos abordar estos tres aspectos simultáneamente para ofrecer una correcta experiencia omnicanal.

## ¿Qué beneficios aporta una estrategia omnicanal?

Una de cada dos personas, utilizan dos o más canales para comunicarse con una marca antes de la compra final, esta es una tendencia que seguirá aumentando.

La estrategia omnicanal nos aporta beneficios muy significativos:

- Permite obtener una visión general de todas las interacciones que tiene un cliente con nuestra entidad, facilitando así la comprensión de su customer journey.
- Garantiza la continuidad y consistencia en las transiciones de un dispositivo a otro, algo que el 90% de los consumidores espera.
- Permite actualizaciones en tiempo real en todos los canales. Si un usuario compra un producto en una tienda online, que pueda revisar su estado desde cualquier dispositivo y en cualquier momento, igualmente la gestión del servicio y su uso en el espacio físico.
- Como tenemos instalaciones, podremos combinar las estrategias digitales para crear experiencias únicas. Por ejemplo, el seguimiento del entrenamiento, el consumo de contenidos complementarios, la reserva de espacios, la monitorización del estado de salud, etc., facilitando su atención y satisfaciendo sus necesidades de forma más rápida y sencilla.
- Ayuda a aumentar las ventas, al permitir conocer más a los consumidores, así como seguir las oportunidades de venta que identifiquemos.

## ¿Cómo construir una experiencia omnicanal?

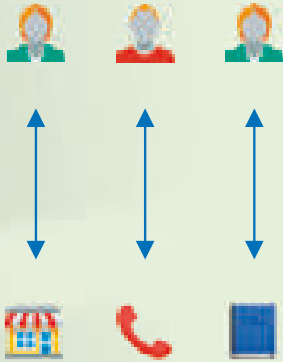
Para construir una estrategia omnicanal deberemos alinear varias partes de nuestra entidad y comunicar lo mismo desde cualquier canal que dispongamos, recogiendo datos útiles para personalizar homogéneamente los mensajes necesarios, a través de esos canales.



Las partes que debemos alinear son:

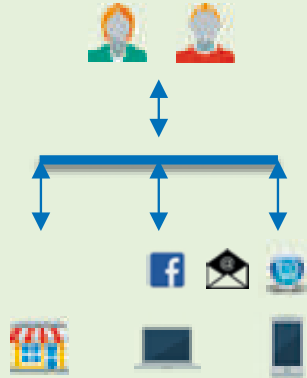
- Servicios.
- Marketing.
- Ventas.
- Atención al cliente.
- Éxito del cliente.

Una vez se entienden las metas y objetivos de la iniciativa omnicanal, se planifica la transición a este modelo, realizando un plan estratégico para construir una experiencia coherente y alineada en múltiples plataformas.



### MULTICANAL

Distintos canales actúan de forma independiente con mensajes más o menos homogéneos.



### CROSS-CHANNEL

Distintos canales como parte de una misma marca, operando de forma coordinada.



### OMNISCANAL

Experiencia única de marca, no de los canales. Se integran las operaciones, el marketing y la tecnología en una misma estrategia.

Figura 1. La nueva experiencia Omniscanal



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

[WWW.MONDOWORLDWIDE.COM](http://WWW.MONDOWORLDWIDE.COM)

WE INNOVATE. YOU WIN





# Éxito de la Mesa Redonda:

## Las instalaciones deportivas frente a la nueva normalidad

El martes 17 de noviembre tuvo lugar la mesa redonda **“Las instalaciones deportivas frente a la nueva normalidad”**, organizada por el Círculo de Gestores Deportivos de la Comunidad de Madrid y patrocinada por su comité benefactor y colaboradores. El evento digital tuvo una gran aceptación y éxito con más de 120 asistentes.

Los ponentes participantes de este evento online fueron:

- Juan Carlos Rodríguez: Alcalde de **Moralzarzal**.
- Jose Antonio Sevilla: Director de **Altafit**.
- Rafael Gutiérrez: Jefe de servicios deportivos del Ayuntamiento de **Móstoles**.
- Oscar Peiró: Director de **Smart Club**.
- Manel Valcarce: CEO **Valgo** Consultoría Deportiva.

La mesa redonda fue moderada por la presidenta del Círculo de Gestores, Dña. Milagros Díaz.

Las principales conclusiones de la misma fueron la necesidad de incorporar nuestra actividad como servicio esencial para la población, la comunicación constante y activa de las instalaciones con sus usuarios, utilizando la creatividad, la digitalización y el uso de la tecnología como medio complementario, y que permita una mejor adaptación a la situación actual, y finalmente que el sector debe seguir mostrando un apoyo mutuo entre todos los agentes e instituciones con el fin de velar por sus intereses y reivindicaciones.

La grabación completa a la jornada está disponible en la página web del Círculo de Gestores Deportivos de Madrid: **[www.circulodegestores.com](http://www.circulodegestores.com)**

Comité Benefactor

Colabora

Ingesport MATRIX MOYPS SPORTS AOSSA Universidad Europea Valgo ISABA

Manel Valcarce Oscar Peiro Jose A. Sevilla Juan Carlos Rafael Gutierrez Mila

Círculo de Gestores Deportivos de Madrid >>> [www.circulodegestores.com](http://www.circulodegestores.com)

Más información y asociación al Círculo aquí:  
**[www.circulodegestores.com](http://www.circulodegestores.com)**

grupo **ingespórt**

 Universidad  
Europea

 MOVING SPORTS

 Círculo de  
Gestoras Deportivas de Madrid

 AOSSA  
SPORT


 Valgo

**MATRIX**

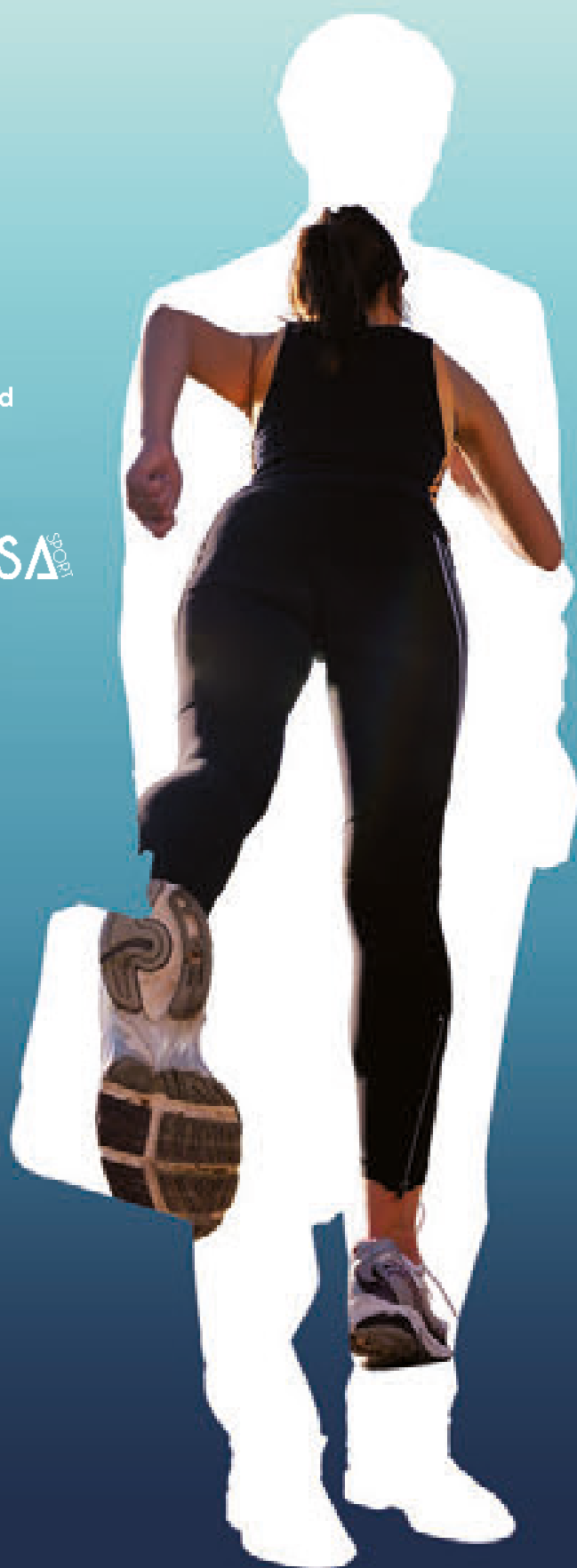
Fundado por y para los profesionales  
de la Gestión Deportiva, el Círculo  
tiene como fin, el que se reconozca  
la figura del profesional, ya sea  
Gestor Deportivo público o privado.

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

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

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

 @CirculoGestores



# MATRIX



# MATRIX FITNESS PRESENTA SU NUEVO PORTFOLIO DE CARDIO

**AUMENTE SUS INGRESOS Y ESCOJA LAS SOLUCIONES ADECUADAS PARA SU ESPACIO, PRESUPUESTO Y ABONADOS**

En este momento, diferenciar su gimnasio del resto es más importante que nunca.

**Matrix Fitness** le ofrece opciones para crear un entorno apasionante para realizar ejercicio, aprovechando nuevas fuentes de ingresos y haciendo que cada entrenamiento sea una experiencia única.

Para ello, ha lanzado una **nueva y revolucionaria oferta de cardio**, diseñada para facilitar a los clientes la búsqueda de soluciones de fitness específicas para cada una de sus necesidades.

La tecnología implantada en sus nuevas consolas y equipos de cardio, le permitirá mezclarlos y combinarlos

para lograr cualquier composición y conseguir que sea más sencillo escoger las **soluciones adecuadas para cada usuario, espacio y presupuesto**, satisfaciendo así las necesidades concretas de cada gimnasio.

## CONSOLAS REINVENTADAS

El primer paso para **personalizar su equipamiento** de cardio, será la elección de la consola.

El **entretenimiento y la conectividad** se han convertido en una parte esencial para dotar al usuario de una experiencia de ejercicio moderna. Las consolas de **pantalla táctil** revitalizan el ejercicio gracias a su interfaz, imitando el sistema operativo de los

smartphones, con una pantalla nítida, **programas HIIT** exclusivos, landmarks, conexión a las **aplicaciones sociales** más populares y mucho más.

También, pueden ayudarle a conseguir nuevas fuentes de ingresos al **conectar entrenadores y nuevos clientes**, reunir los datos de entrenamiento de los miembros bajo su marca y supervisar el estado de sus máquinas.

Las consolas con **pantalla táctil** le ofrecen una nueva y atractiva forma de comunicarse con sus miembros, incorporando mensajes en la pantalla, promociones o eventos especiales en el calendario de su instalación. Sin embargo, no necesita pantallas inmersivas y con un alto entretenimiento para todos los equipos de cardio en su instalación.

Las **consolas LED**, ofrecen una **experiencia de ejercicio puro**, de forma más simplificada.

Las consolas de entrenamiento grupal, cuentan con un diseño especializado que hace que las **clases grupales** sean más fluidas y gratificantes para los participantes. Incluyen una interfaz de fácil navegación y funciones inteligentes como controles de un solo toque y niveles de intensidad preestablecidos para ayudar a cada participante a mantenerse sincronizado con las directrices del instructor.

## LA NUEVA SERIE DE CARDIO

El siguiente paso para optimizar su oferta, consiste en escoger la serie de los equipos de cardio más adecuada para sus abonados, presupuesto y espacio.

Puede escoger un equipamiento que tenga un diseño sencillo, con un rendimiento fiable y una estética unificada que dé la bienvenida a los diferentes usuarios, sea cual sea su nivel de acondicionamiento físico, gracias a la **serie Lifestyle**.

Si busca un diseño que facilite que su instalación maximice los recursos, la **serie Endurance** ofrece un diseño optimizado, simplificando la experiencia del ejercicio al mismo tiempo que ofrece un rendimiento superior para desafiar a los más entusiastas del fitness.

Esta opción, está diseñada y probada para resistir a entornos difíciles y un uso intensivo durante años.

Si lo que tus usuarios buscan son los equipos fitness más premium del mercado, puede combinar las consolas con la **serie Performance**.

Todos los equipos están diseñados con ingeniería de

alta precisión y componentes resistentes. Se prueban con los más **altos estándares internacionales**, listos para los entrenamientos más intensos.

Los puntos de contacto ergonómicamente refinados como asientos, agarres, botones, controles de entrenamiento inteligentes, etc., hacen que incluso los entrenamientos más largos y duros sean cómodos e intuitivos.

Es posible que una serie de cardio se adapte perfectamente a su marca y presupuesto. Por otro lado, también puede **mezclar y combinar las diferentes series** y consolas como desee para que se adapte a los diferentes espacios de su instalación.

## HAGA EL EJERCICIO ACCESIBLE A SUS MIEMBROS GRACIAS A NUESTRA TECNOLOGÍA

Vivimos en una época sin precedentes. La crisis sanitaria nos ha empujado a límites físicos y mentales y ahora, es más importante que nunca realizar ejercicio.

Cuando se trata de **conectar las instalaciones y los miembros**, la tecnología juega un papel clave. La aplicación de Matrix, **Workout Tracking Network** combinada con el Personal Trainer Portal, puede utilizarse para generar e impulsar los ingresos frente a diferentes niveles de membresía, incluidas las virtuales.

## CREE UNA COMUNIDAD DE FITNESS

La tecnología, también permite que la instalación cree una comunidad entre sus miembros. Con Workout Tracking Network y el **Personal Trainer Portal**, puede personalizar la experiencia del ejercicio en su instalación.

Tendrá en sus manos una herramienta que le permitirá un mayor alcance de la marca de su instalación y al mismo tiempo, le brindará un toque humano, utilizando a su personal. Los miembros pueden interactuar con su personal dondequiera que estén, lo que ayuda a fomentar lazos más profundos y aumentando la participación, lo que le ayudará en la retención y fidelización.





### **Leonor Gallardo**

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



## Plataforma digital para la promoción de hábitos activos-saludables en adultos mayores.

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

La evidencia científica hasta la fecha sugiere que el riesgo de enfermedad aumenta en personas mayores, reportándose así una tasa de mortalidad > 8% en personas de edad avanzada de 70 años. A la pandemia de la COVID-19 ha de sumarse otra pandemia existente a nivel mundial que se ha visto potenciada: el sedentarismo, condición que inicia o deteriora una enfermedad crónica no transmisible e incrementa el riesgo de mortalidad. El sedentarismo genera 3,2 millones de muertes en el mundo, siendo reconocida como el cuarto factor de riesgo para mortalidad mundial. En la población adulta mayor, este impacto es aún más notorio. El ejercicio físico debería ser una estrategia a tener en cuenta con el fin de proteger la salud física y mental, y mantener una condición física saludable en personas adultas mayores. Una prescripción y asesoramiento controlado por parte de los profesionales de la salud y de la actividad física y deporte, reporta grandes beneficios para la salud física, mental, social y pública, e incide de forma significativa en la prevención de enfermedades. Es por ello, que la actividad física es una de las principales estrategias de salud pública en los adultos mayores, ya que existe una disminución de la capacidad física conforme avanza la edad, un fenómeno previsible y que se puede ralentizar poniendo especial atención sobre el nivel de condición física y de actividad física.

Por otro lado, el envejecimiento poblacional ha ido de la mano con el avanzado desarrollo tecnológico, estos avances suponen unas ventajas para los procesos de atención de salud. El reciente crecimiento de la e-Health, las tecnologías de la información y la comunicación en pro de la salud de los seres humanos han facilitado las respuestas a las altas demandas sanitarias provocado un aumento de la esperanza de vida de las personas existiendo un gran interés en prevenir enfermedades y promocionar la salud mediante la implantación de estilos de vida más activos. Por tanto, el uso de la e-Health en la población de edad avanzada, puede ser una herramienta útil para prevenir enfermedades asociadas al sedentarismo y favorecer la práctica de actividad física.

En este sentido, **IGOID-SPORTEC** empresa de base tecnológica y científica creada como spin-off de la Universidad de Castilla-La Mancha, que tiene sus orígenes en el Grupo IGOID (Investigación en Gestión de Organizaciones e Instalaciones Deportivas) desarrolla trabajos de investigación y de transferencia con el objetivo de contribuir a la sociedad garantizando la





validación de los programas y protocolos utilizados y el uso de un material tecnológico de alta calidad. Entre las líneas de trabajo de IGOID-SPORTEC, se encuentra la **monitorización, evaluación y preinscripción de ejercicio físico de los adultos mayores**, realizando una valoración de la condición física orientada a la salud y la calidad de vida así como la promoción y preinscripción de programas de entrenamiento supervisados, siendo una de las más desarrolladas durante los últimos años y pionera en esta población (<http://protocolosigmoid.es/>).



En concreto, destaca **IGOID-FITBE**, la nueva plataforma digital autónoma y flexible desarrollada

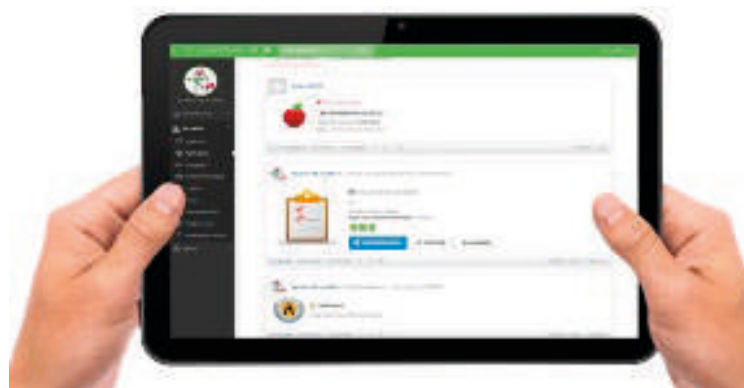
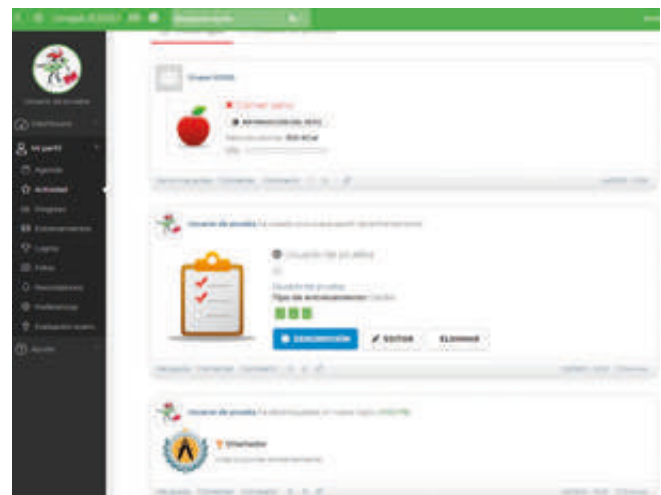
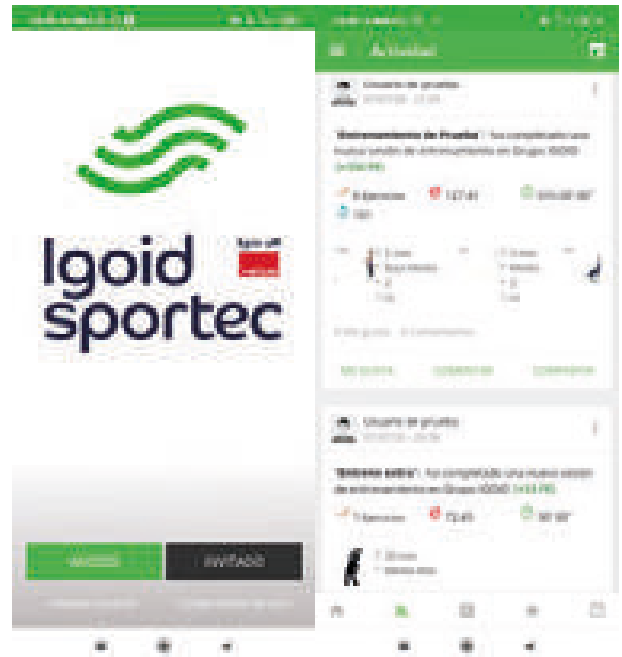


para IGOID-SPORTEC en colaboración con otra spin-off, VALTE Investment, de la universidad de Sevilla. Tiene como principal objetivo promocionar y potenciar una herramienta online con diferentes funcionalidades que permita ser el medio de interacción y gestión de la actividad física en adultos mayores. De esta manera, los adultos mayores con un dispositivo tecnológico con acceso a internet podrán consultar los datos obtenidos tras una primera valoración de la condición física orientada a la salud, así como la realización y seguimiento de un programa de ejercicio físico individualizado y supervisado por técnicos especialistas. Gracias a las diversas funcionalidades que posee esta herramienta, se pretende que por medio de la utilización de IGOID-FITBE se pueda llevar a cabo diferentes acciones como pueden ser:

- Instrucciones para la evaluación de la calidad de vida y el nivel de condición física orientado a la salud.
- Determinación del nivel de fragilidad en base a una valoración inicial.
- Preparación de entrenamientos globales para grupos concretos.
- Preparación de entrenamientos específicos individuales en base al estado de fragilidad de los adultos mayores.
- Acceso a un amplio catálogo de ejercicios prediseñados para la programación de ejercicio.
- Recomendaciones específicas.
- Realización de un seguimiento individualizado.
- Consulta sobre la evolución, progreso y mejora de la condición física orientada a la salud.
- Registro, planificación y control de actividades y retos diarios de práctica de actividad física.
- Acceso al programa de valoración de la calidad de vida y condición física orientada a la salud Healthy Elderly Sportec y su aplicación apttivados.com.
- Acceso a contenido digital (videos, charlas, etc).
- Control rutinario de parámetros de actividad y salud básicos.
- Consultas específicas con diferentes especialistas (nutricionista, fisioterapeuta, podología...).

IGOID FITBE está dirigida a Instituciones, Ayuntamientos, Organismos, Residencias, Centros de día, etc. Éstas tendrán acceso al software, así como a una App personalizada, que por medio de sus diferentes técnicos y gestores conseguirán interactuar y desarrollar actividades diariamente con la población de edad avanzada de una manera totalmente diferente.

En definitiva, gracias a esta completa herramienta se garantiza que la población de edad avanzada siga practicando diariamente actividad física en base a unos objetivos, controlando y registrando cada actividad por medio de esta plataforma digital. Además, se realiza una actualización continua y seguimiento de la progresión y avances conseguidos. De esta manera, desde IGOID-SPORTEC se pretende que la transferencia del conocimiento sea accesible y el distanciamiento entre ciencia y sociedad sea mínimo, promocionando y potenciando en la población la práctica de actividad física y la promoción de hábitos activos-saludables.





# PERFORMANCE RUNNING

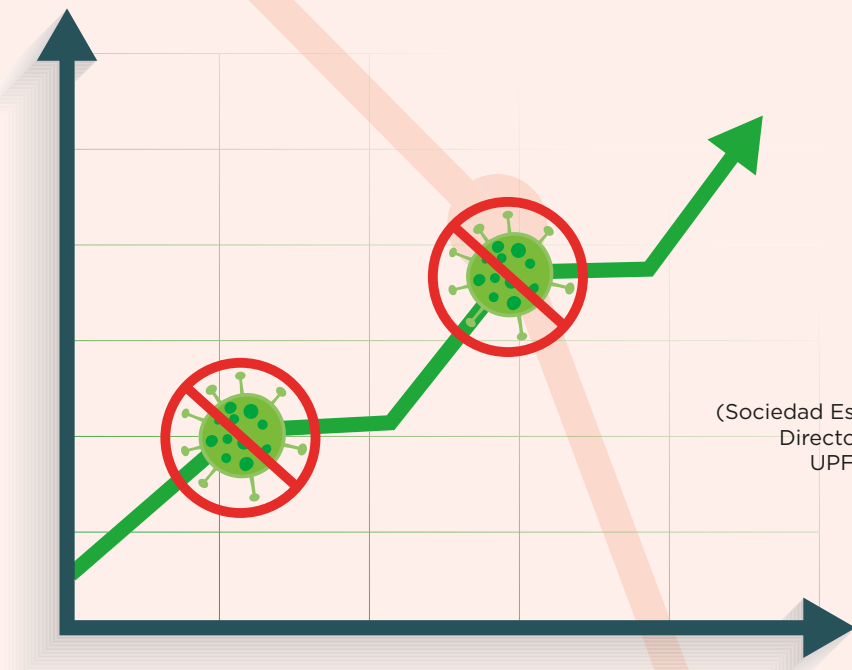


## SKILLRUN™

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

**TECHNOGYM**

The Wellness Company



**Carles Murillo Fort**  
 Presidente de la SEED  
 (Sociedad Española de Economía del Deporte).  
 Director del Máster en Gestión Deportiva.  
 UPF Barcelona School of Management

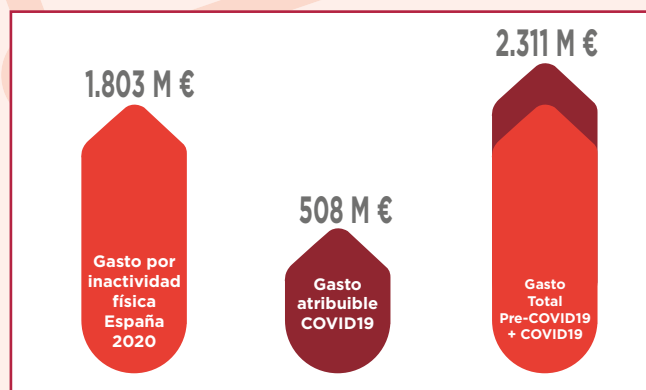


# Deporte, Sociedad y Pandemia...

El deporte es un buen reflejo lo que sucede en la sociedad. Espeja, como señala el ensayista Roberto Braceli (De fútbol somos, Editorial Sudamericana, 2001) lo que somos y nuestra condición humana, para lo bueno y también lo menos bueno. La pandemia sanitaria, que también económica, social e institucional, exige una adecuada gestión de la crisis por la que está atravesando el sector.

En los foros políticos se discute si la práctica deportiva constituye una de las actividades que ha venido en calificarse como esencial. También se ha argumentado que la asistencia (aunque sea mediante dispositivos digitales) es un bien indispensable para ayudar a sobrevivir en las circunstancias que obligan a restringir la movilidad personal y reducir los encuentros con amigos y conocidos.

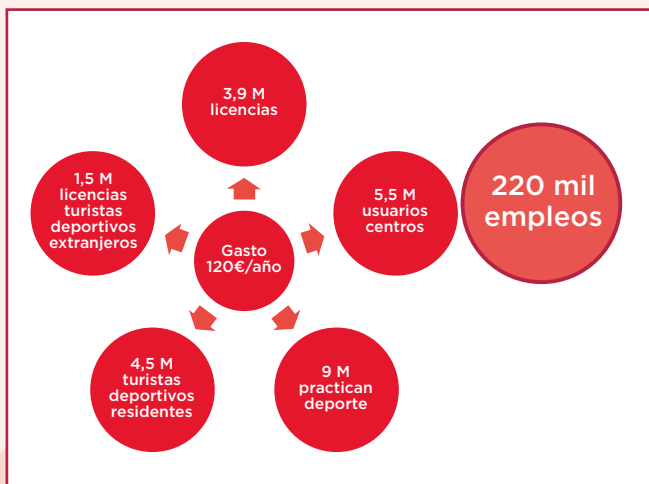
La repercusión de la práctica deportiva en la salud de la población es uno de los campos más fructíferos de la investigación aplicada en el sector. El efecto de la inactividad física se traduce en problemas de sedentarismo y obesidad mórbida, problemas cardiovasculares y respiratorios y afecta el estado anímico y emocional. Para determinados colectivos (personas en edades avanzadas, con discapacidad física y psíquica, en régimen de internamiento por cualquier motivo) el deporte es una válvula de oxígeno para el equilibrio físico y mental<sup>1, 2</sup>. Un reciente estudio, elaborado por los investigadores del Observatorio de la Fundación España Activa, con el auspicio del CSD y la ADESP, cifra en 508 millones de euros, el coste de la inactividad provocada por las restricciones derivadas de la afectación de la COVID-19 en el 2020 en España.



Font: ADESP, Consejo Superior de Deportes y Observatorio de la Fundación España Activa (2020)

La importancia económica del deporte es otro aspecto para tener en cuenta. Las cifras son suficientemente conocidas<sup>3</sup>, pero conviene recordarlas: La industria deportiva representa el 2,12% del PIB del conjunto de los países europeos y el 2,72% de los empleos. En España, las cifras se sitúan por debajo de estos valores medios pero son igualmente importantes: 1,44% del PIB y 1,50% de los empleos. Las cifras absolutas de empresas que operan, directa e indirectamente en el sector<sup>4,5</sup>, como, desde el lado de la demanda, el número de practicantes, seguidores e incluso turistas deportivos<sup>6</sup>, dejan bien claro el significado del deporte desde este segundo punto de vista.

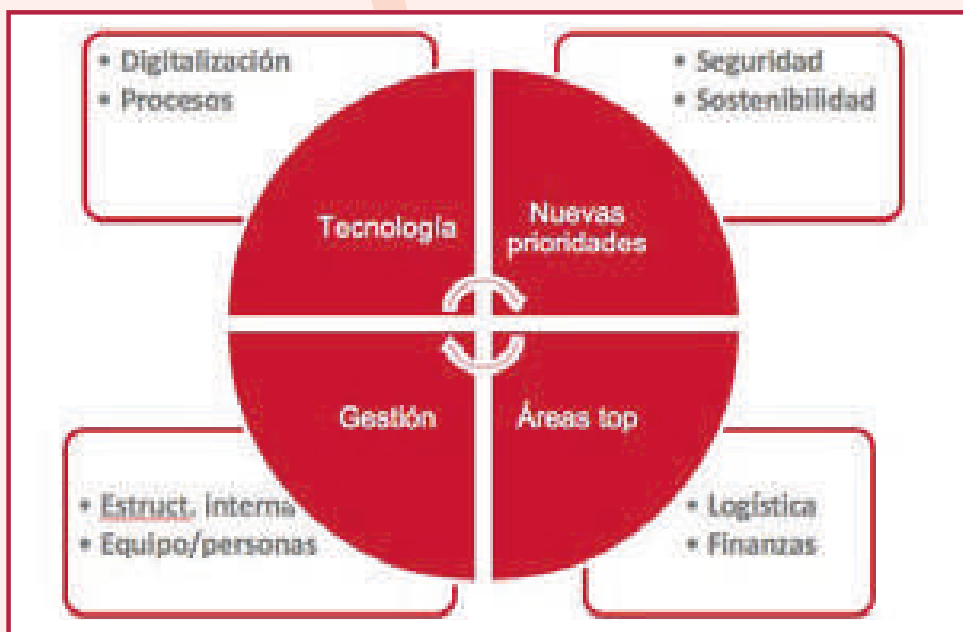
La crisis sanitaria plantea a los agentes implicados en el sector a gestionar una crisis singular. Crisis de actividad empresarial, institucional y personal que fácilmente repercutirá en cifras alarmantes si



Fuente: Elaboración propia a partir de diversas fuentes de carácter oficial.

monetizamos su afectación para el año en curso<sup>7</sup>. A grandes males, nunca mejor dicho, corresponden respuestas imaginativas, dentro de lo razonable y económicamente viable. El diagnóstico de la situación, dentro y fuera de las organizaciones, la valoración de los recursos y de las propias capacidades, debería permitir atisbar el horizonte con la mejor disposición posible.

Complementariamente al amplio abanico de actuaciones para superar la crisis aparece como oportunidad la contribución que puede llevarse a cabo desde el sector educativo (habitualmente contra cíclico), tanto en su faceta formativa como de investigación aplicada. En la situación en la que ahora mismo nos encontramos y la que, con toda probabilidad, nos acompañará en el futuro más inmediato, van a ser reconocidas como indispensables un conjunto de competencias que, sin ser nuevas, adquieren nuevo protagonismo. Entre estas competencias se sitúan las que tienen que ver con la seguridad y salud de las personas, la sostenibilidad de los fenómenos deportivos, la gestión económica y financiera y, en especial, la gestión de las personas y de su talento. La función logística adquiere un protagonismo destacado, como también la de tipo económico y financiero. La tecnología se convierte en una herramienta indispensable para contribuir a poner en práctica muchos instrumentos que faciliten el quehacer de las entidades y empresas deportivas. La gran cantidad de datos generados en cualquiera de las actividades deportivas requiere, a su vez, capacidades que permitan transformarlos en información y conocimiento sobre el que sustentar el futuro del sector. Futuro que, a pesar de todo, sigue siendo prometedor para las empresas y entidades deportivas en su vocación de servicio a la sociedad que tanto espera del deporte.



<sup>1</sup>Jimenez, A., Mayo, X., Copeland, R.J. (2020): *The Economic and Social Impact of promoting active living after the COVID-19 crisis. The role, value and impact of a proactive and responsible health and fitness industry.* EuropeActive COVID Resources, Brussels.

<sup>2</sup>ADESP, Consejo Superior de Deportes, Observatorio de la Fundación España Activa (2020). *Estudio del Impacto del Covid19 sobre el ecosistema del deporte español.*

<sup>3</sup>SpEA (2018): *Study on the Economic Impact of Sport through Sport Satellite Accounts.* SportsEconAustria and Sheffield Hallam University.

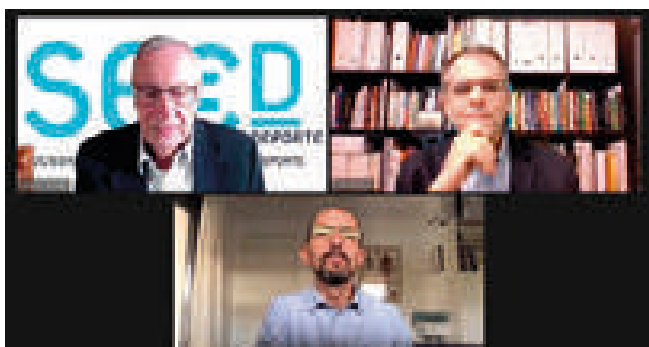
<sup>4</sup>Anuario de Estadísticas Deportivas 2020. Ministerio de Cultura y Deporte.

<sup>5</sup>AFYDAD (2020): *El sector de los artículos deportivos, 2019.*

<sup>6</sup>Encuesta de Hábitos Deportivos en España (2015). Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

<sup>7</sup>Bosch, J., García, J., Murillo, C. (2020): *COVID-19 y deporte: proyecciones de la repercusión económica, en Pérez-Triviño (ed.) El deporte tras el Coronavirus.*

# Gran éxito de participación en el 1<sup>er</sup> Encuentro virtual SEED

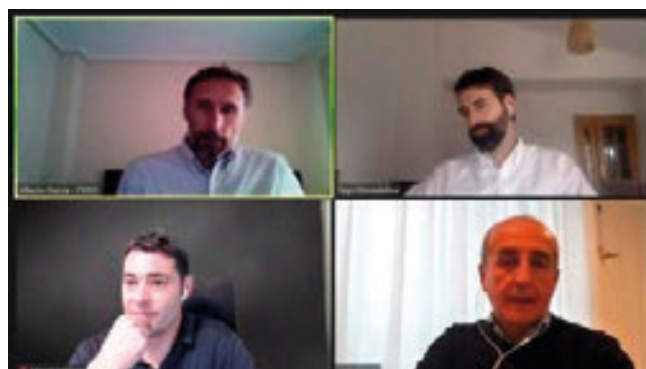


*De izda. a dcha. Carles Murillo, presidente de la Sociedad Española de Economía del Deporte y Oriol Amat, decano de la UPF Barcelona School of Management, que inauguraron el encuentro. Abajo, Alfonso Jiménez, que impartió la conferencia inaugural.*

El pasado viernes 13 de noviembre se celebró el 1<sup>er</sup> Encuentro Virtual SEED con la inscripción de más de 75 personas y el envío de más de 40 comunicaciones que se presentaron durante el Encuentro. La jornada contó con la Barcelona School of Management como Entidad Colaboradora.

La conferencia inaugural fue a cargo de **Alfonso Jiménez**, Director del Observatorio de la Fundación Española España Activa y responsable del estudio de *Evaluación del Impacto de la pandemia del COVID-19 sobre el Ecosistema del Deporte en España*. Durante su intervención, Alfonso Jiménez destacó las principales conclusiones del Estudio realizado, entre ellas, las pérdidas estimadas por la irrupción de la actividad en el ecosistema deportivo, cifradas en 4.616 millones de euros. Diferentes datos relacionados sobre el impacto social y económico en el ecosistema del deporte a causa de la crisis del Covid-19 también fueron destacados durante su intervención.

La mesa redonda de la Jornada, moderada por **Manel Valcarce** (Valgo), contó con la participación de **Yago Monteloliva** (AEESDAP), **Alberto García** (FNEID), y (Consejero Delegado de RPM). Durante la mesa redonda se trataron diferentes temas de actualidad como el análisis de la situación del sector, “somos un sector que nos vamos a recuperar rápido, lo importante es sobrevivir en estos tiempos tan complicados” destacó Yago Monteloliva. Respecto el cambio en el hábito de consumo de los clientes, Alberto García comentó que, “los servicios virtuales tan utilizados durante el confinamiento han llegado para quedarse, pero serán un complemento a la actividad presencial en los centros de fitness”. Juan Porcar también expresó lo mismo al respecto, “los eventos virtuales no son una forma económica para sostener una empresa de organización de eventos deportivos, pero es una buena forma de fidelizar a tus seguidores”. Otros temas, como la digitalización, cada vez más imprescindible en el sector, o la necesidad de que el



*De izda. a dcha. y de arriba abajo: Alberto García, Yago Monteloliva, Manel Valcarce y Juan Porcar, participantes en la mesa redonda sobre la situación del sector deportivo.*

deporte sea reconocido como un servicio esencial, también fueron debatidos por los participantes de la mesa redonda.

Economía del deporte: Intensidad competitiva, balance competitivo y apuestas, Eventos deportivos: impacto económico y percepción de los participantes, Gestión de centros deportivos. Rendimiento deportivo y Personas. Hábitos, competencias y formación. Varios



redactores de la revista *Deporcam* participaron en el encuentro, tanto en la ponencia inicial y en la mesa redonda como en la presentación de comunicaciones.

Carles Murillo, presidente de la Sociedad Española de Economía del Deporte, aprovechó la clausura del Encuentro para agradecer la participación de todos, desde los técnicos, panelistas, moderadores y asistentes. Destacó el nivel de las comunicaciones presentadas, más de un 20% de participación femenina y anunció la próxima publicación de un libro digital con los contenidos de este primer encuentro.

## Convenio de colaboración entre

# DEPORCAM y SEED DEPORTE

Deporcam y la Sociedad Española de Economía del Deporte (SEED) han firmado un convenio de colaboración, por el que ambas entidades cooperarán en la promoción del estudio de la actividad deportiva desde la perspectiva económica y de gestión, así como la divulgación de los resultados obtenidos y la transferencia de conocimiento.

***“Se promocionará la investigación científica y técnica y la difusión de la Economía y la Gestión Deportiva, en sentido amplio, mediante la organización de eventos y programas formativos, la publicación de noticias y la participación en proyectos conjuntos de ámbito nacional e internacional”***

La firma de este convenio confirma una relación que viene desde la propia fundación de la SEED. De hecho, Benito Pérez González, director de Deporcam, es miembro fundador de la SEED y fue presidente del IV Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte, celebrado en Madrid en 2013. A ello se une el hecho de que varios articulistas de nuestra revista son miembros de esta importante Sociedad: Álvaro Fernández Luna, Carles Murillo, Daniel Megía, Jairo León Quismondo, Jaume García, Jerónimo García, Jorge García Unanue, José Luis Gómez Carmona, José Manuel Bonal, José Manuel Sánchez Santos, Leonor Gallardo, Manel Valcarce, Marta García Tascón y Pablo Burillo. La nómina seguirá creciendo para que Deporcam y la SEED puedan seguir contribuyendo al noble objetivo de promocionar y divulgar el conocimiento científico para mejorar la gestión, la economía y la promoción deportiva.

SEED  
DEPORTE

# La importancia de llamarse PIB



**Júlia Bosch<sup>1</sup>, Jaume García<sup>1,2</sup>, Carles Murillo<sup>1,3</sup>**

1. UPF Sports\_Lab, Universitat Pompeu Fabra.

2. Departament d'Economia i Empresa, Universitat Pompeu Fabra

3. UPF Barcelona School of Management

**Por su interés y actualidad, reproducimos íntegramente el último artículo publicado en la página Web de la Sociedad Española de Economía del Deporte (SEED) que aclara algunos aspectos importantes sobre el sector económico del deporte. <https://seed-deporte.es/>**

26 noviembre 2020

## Opinión

Desde el punto de vista estadístico, una de las lecciones que hemos aprendido con la pandemia COVID-19, por la mala praxis informativa que hemos sufrido, es la referida a la importancia de velar por la calidad de las cifras que se comunican al público. Calidad que tiene que ver con múltiples aspectos que abarcan desde la precisión en las definiciones, la adecuada recogida de la información o el uso de las metodologías pertinentes, entre otros muchos aspectos que la estadística oficial europea tiene perfectamente recogidos en su código de buenas prácticas.

Hace escasamente unos días se presentaba el “Termómetro del ecosistema del deporte en España”, informe elaborado por la Fundación España Activa y PwC España. Entre las aportaciones del estudio que han captado la atención de los medios de comunicación, destaca la referente a la estimación de la contribución de la industria deportiva en España en la generación de actividad económica durante 2018, equivalente al 3,3% del Producto Interior Bruto (PIB). Dicha cifra es superior al 1,44% que es la estimación del peso del sector deportivo en España en 2012, realizada bajo los auspicios de la Comisión Europea (CE), y basada en la versión amplia de la definición de Vilna sobre qué se entiende por sector del deporte, mientras que la cifra del informe está basada en una definición más restringida. De hecho, con una definición restringida, aunque no exactamente coincidente con la del informe, la estimación del estudio de la CE sitúa dicho peso en el 0,84%.

De la lectura del procedimiento seguido hasta obtener dicha cifra (3,3%) en el informe recientemente presentado, surgen algunas cuestiones dado el papel que la misma puede tener como indicador del peso del sector del deporte en el PIB, sobre todo a efectos comparativos con otros sectores de la economía o con otros países.

1. En el informe, la actividad económica generada por la industria del deporte se mide a través de la suma de los conceptos de impacto directo, indirecto e inducido, más propios del análisis de la repercusión económica de un evento deportivo o de una determinada inversión, que no de un sector. El impacto directo sería la parte asimilable a la actividad propia del sector en términos de cuentas económicas si el sector del deporte, como tal, fuera un sector de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE). Téngase en cuenta que si el peso de un sector se midiese en términos de su impacto total, entonces la suma de los pesos de todos los sectores superaría el 100%.
2. Tal y como se indica en el informe, la actividad económica se mide en términos de producción, aunque en la práctica lo que se utiliza en el mismo son los ingresos del sector del deporte, que se corresponden a la cifra de negocios de los subsectores deportivos considerados. Pero la cifra de negocios no es equivalente al valor de la producción. Por ejemplo, en el caso del “Comercio al por menor de artículos deportivos” (“Tiendas de artículos deportivos” en el informe) la cifra de negocios es 2,8 veces el valor de la producción.
3. La cifra del 3,3% corresponde a un ratio de dos conceptos distintos: valor de producción (cifra de negocios en realidad) sobre PIB, que es un concepto de valor añadido, es decir, una parte del valor de la producción. Si acaso los impactos debieran estar calculados en términos de valor añadido y no de producción para que los dos conceptos del ratio fueran homogéneos.

Por ello, dicha cifra, por su definición y por la distinta naturaleza de los conceptos que relaciona, es poco informativa por sí misma sobre la importancia económica de la industria del deporte, no siendo comparable con las cifras disponibles a nivel europeo, por ejemplo, o para algunas comunidades autónomas, como Cataluña.

De hecho, la información que publica el Instituto nacional de Estadística (INE) a través de sus encuestas estructurales de empresas para los sectores propiamente deportivos a cuatro dígitos de la CNAE, que son los utilizados en el informe, permite estimar el Valor Añadido Bruto de la industria del deporte y compararla con el PIB de la economía, descontando la parte del mismo que corresponde a los impuestos menos las subvenciones sobre la producción y las importaciones, partida no distribuida a nivel de sectores. Si hacemos estos cálculos, el Valor Añadido Bruto de la industria del deporte representa el 0,64% del PIB de la economía española en 2018, incluido el ajuste antes mencionado. Esta cifra se correspondería a lo que en el informe se define como impacto directo, cifrado en el estudio como el 1,3% del PIB, más del doble de la cifra calculada de manera acorde a lo que el PIB representa.

Por otra parte, en el estudio se hace mención al incremento del 8% en los ingresos de la industria del

deporte (referidos como valor de la producción) entre 2017 y 2018, indicando que es tres veces superior a la tasa de crecimiento del PIB en dicho período. De acuerdo a los datos publicados por el INE, la cifra de valor añadido de la industria del deporte a precios corrientes ha crecido un 6,1%, por encima de la tasa de crecimiento del PIB a precios corrientes el mismo período (3,6%). Por tanto, superior en la industria del deporte, pero no tres veces, sino menos del doble.

Al igual que en el caso de la información generado sobre la COVID-19, se hace necesaria la precisión de los conceptos utilizados y la adecuada medición de los mismos, a fin de garantizar su adecuada interpretación por parte de todo tipo de usuarios. La credibilidad de las cifras reportadas sobre el valor económico de la industria del deporte, tanto en términos absolutos como relativos, es condición necesaria para contribuir a transformar la percepción económica y social que se tiene del sector del deporte. Percepción a la que se hace referencia en el informe de la Fundación España Activa y PwC España al mencionar la oportunidad que se ha creado al haber aumentado la importancia de la actividad física y el deporte en este período que estamos viviendo con la pandemia de la COVID-19.

Por una vez, y sin que sirva de precedente, 3,3 es igual a 0,64.



# OCEAN

## FACILITY SERVICES



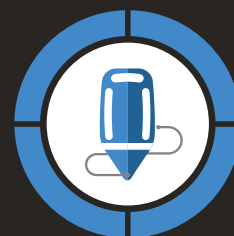
LIMPIEZAS  
GENERALES



INSTALACIONES  
ACUÁTICAS



MANTENIMIENTO  
TÉCNICO



SERVICIO DE  
SOCORRISMO

### DELEGACIÓN MADRID

Calle Joaquín Lorenzo, 50  
28035 Madrid  
Teléfono: 913 866 866  
comercial@grupocean.com

### DELEGACIÓN CATALUÑA

Avenida Pau Casals, 6  
08091 L' Hospitalet de Llobregat Barcelona  
Teléfono: 932 662 568  
info.catalunya@grupocean.com

# CHANO JIMÉNEZ



Autor de los libros: *Vended Malditos Benditos* y *Atracción Digital*, Doctor en Economía, Postgrado en Neuromarketing, Máster en Gestión Deportiva, Máster en Dirección de Empresas, Investigador, Autor, Conferenciante y Consultor internacional de Marketing y Ventas para negocios deportivos.  
<https://chanojimenez.com/chano-jimenez/>

## COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL EN MATERIA DE ACTIVIDAD FÍSICA

### EL PROBLEMA SECTORIAL

La pandemia del Covid-19 ha puesto en evidencia importantes carencias respecto a la concepción de la actividad física, y los beneficios que reporta a sus practicantes, a nivel social. Así, por ejemplo, mientras existen numerosas evidencias científicas sobre la repercusión positiva del ejercicio físico en nuestro sistema inmunitario, muchas autoridades ordenan el cierre de gimnasios.

Otro ejemplo claro de la falta de valor otorgada a la actividad física es la devaluación de los precios de los servicios deportivos. Si comparamos los precios medios de los gimnasios de hace 20 años y los comparamos con los actuales, aplicando el factor IPC (inflación), la evidencia será abrumadora.

Obviamente, entender la importancia de la práctica deportiva para la salud y correcto funcionamiento de nuestro organismo tiene mucho que ver con el nivel cultural. Pero, el sector deportivo, si quiere ser reconocido y puesto en valor, también tiene el deber de desarrollar una pedagogía social sobre la significación del ejercicio físico y su correcta aplicación.

Si bien es cierto que, en el mundo desarrollado, existe una noción generalizada sobre el hecho de que la práctica deportiva mejora la salud y el aspecto de las personas, sin embargo, aún existen enormes lagunas de conocimiento y tópicos absurdos que inundan nuestra sociedad como, por ejemplo:

- La minusvaloración de los efectos nocivos del sobrepeso para la salud, rendimiento y bienestar de las personas.

- La falta de entendimiento de que la actividad física continuada, por razones ligadas a la evolución de la especie y su fisiología, no solo sirve para optimizar el funcionamiento de nuestro cuerpo, sino que, además, es requisito sine qua non, para preservar la salud.
- La ignorancia sobre los efectos positivos del hábito deportivo sobre el sistema inmunológico.
- El desconocimiento de las enormes posibilidades que brinda la actividad física, correctamente administrada, como “medicina” para curar numerosas patologías (cardíacas, metabólicas, respiratorias, articulares, musculares, óseas, etc.).
- La creencia de que, para la práctica deportiva, lo sustantivo son las instalaciones y equipamientos, sin otorgar valor suficiente a las ciencias del entrenamiento y la nutrición.

Cambiar este status quo no es sencillo, por las dimensiones de la población y la heterogeneidad de niveles educativos y culturales de la misma. Roma no se construyó en un día...pero se construyó. En ese sentido, cabría abordar cuales son las claves para promover este cambio social y el papel que juega cada estamento, cada operador y cada profesional del sector en este menester.

### LAS PALANCAS DEL CAMBIO

Como hemos indicado, lograr que una parte significativa de la población asimile la importancia de la actividad física y su correcto manejo es una tarea ardua, pero en absoluto imposible. En cualquier caso,



el esfuerzo sería muy rentable, tanto en mejora de la salud, bienestar y longevidad de la población, como en potencial de crecimiento para las organizaciones y negocios deportivos, como en la proyección profesional de los miembros del sector. En este proceso, destacamos los siguientes aspectos:

- El desarrollo, por parte de todos los profesionales y cargos del sector, de la conciencia sobre la importancia que el deporte y, en general la actividad física, tienen para la sociedad, así como la necesidad de transmitirlo de forma eficaz.
- Lograr que el mensaje sea difundido por los grandes altavoces sociales: los medios de comunicación masivos (televisión y radio) y las redes sociales.
- Obtener de las autoridades el reconocimiento explícito del papel que ejercen los servicios deportivos para el logro y preservación de la salud.
- A título individual, perfeccionar las habilidades de comunicación para dar efectividad, no solo al apostolado sobre el ejercicio físico, sino al logro de resultados profesionales y económicos.

Sobre este último aspecto, por su importancia y porque es el más asequible a la mayoría de nosotros, cabe ahondar un poco más.

### **LA COMUNICACIÓN: ARMA PODEROSA**

Lograr que una persona realice una acción o cambie un comportamiento depende, sobre todo, de que la misma acepte como conclusión la validez del nuevo curso de acción y cuente con la motivación para adoptarlo.

Pero, para llegar a ese punto, la neurociencia nos ha mostrado que debemos lograr incidir en una combinación de racionalidad y emocionalidad, donde la segunda suele tener mayor peso (ver estudios de Antonio Damasio, Dan Ariely o Daniel Kahneman, entre otros). Efectivamente, los seres humanos solemos tomar decisiones y desarrollar conductas en base a una serie de automatismos que se corresponden con nuestra estructura subconsciente combinada con reacciones emocionales que, posteriormente, justificamos con discursos aparentemente racionales.

En cualquier caso, para provocar la reacción emocional deseada, previamente hemos de desplegar un proceso de comunicación eficaz. Si la comunicación está correctamente desplegada, inculca una idea que es aceptada y que, a su vez, provoca una reacción emocional que tiene como consecuencia una acción o comportamiento.

### ***¿Cuáles son las claves para la eficacia de la comunicación influyente?***

- 1ª La validez de los postulados que se van a exponer. Las mentiras tienen las patas muy cortas e, igualmente, defender cuestiones poco contrastadas empíricamente suele tener poco recorrido.
- 2ª Encontrar el momento adecuado y propiciar la actitud receptiva. Si el interlocutor tiene prisa, está nervioso o irritado, las probabilidades de que nos preste la atención necesaria merman enormemente.
- 3ª Entender que comunicación es mucho más que un texto o un discurso. Se trata de un contexto, en el que el entorno juega un papel primordial. Así, por ejemplo, contar con tiempo suficiente, comodidad, cuidado de las percepciones de los cinco sentidos (aromas, sabores, decoración, música ambiental, presentaciones gráficas, etc.) mejora mucho la predisposición del que nos escucha.
- 4ª La empatía con el interlocutor, porque si no se produce la misma, no habrá una apertura mental a nuevas ideas.
- 5ª Entender la bidireccionalidad de la comunicación e indagar en las características del colutor para desplegar un mensaje que incida directamente en sus intereses.
- 6ª Exponer las nuevas ideas de forma didáctica y en modo SOLUCIÓN para lograr generar un sentimiento de ilusión.
- 7ª Generar confianza con elementos que sustenten nuestra exposición como estudios, testimonios o experiencias de éxito.
- 8ª Cerrar un consenso sobre la idoneidad del discurso desplegado y su aplicación práctica.
- 9ª Para rematar, introducir un elemento acelerador que invite a la acción inmediata, antes de que la emoción decaiga y la idea caiga en el olvido.

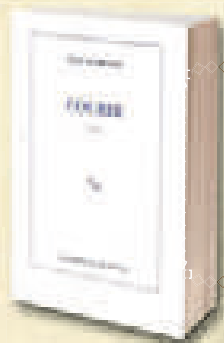
Líderes políticos, generales victoriosos y grandes hombres de negocios han sido maestros en el uso de todos o parte de estos recursos, pero realmente, con un poco de aplicación, están al alcance de casi todos. Desarrollemos nuestras habilidades de comunicación para impulsar una sociedad más en forma.



**Benito Pérez-González**

Director de Deporcam  
Profesor de la Universidad Internacional de la Rioja (UNIR)

## **ZÁTOPEK: TALENTO, INNOVACIÓN Y LIBERTAD EN SU RETRATO EN EL LIBRO “CORRER” (JEAN ECHENOZ, ANAGRAMA 2010)**



**Jean Echenoz**

Editorial: Les éditions de minuit  
Publicación: 2008  
Páginas: 142  
ISBN: 9782707320483



**Jean Echenoz**

Publicación: 2010  
Título original en francés: Courir  
Traducción: Javier Albiñana Serrain  
Páginas: 144  
ISBN: 9788433975409

“No creo en la inspiración, sino más bien en la obstinación” comentó **Jean Echenoz** (Orange, 1948) en una entrevista concedida a un medio francés. Se convertía así, un poco, en el trasunto del personaje al que magistralmente retrata en su novela “**Correr**”, publicada en español por **Anagrama**. Trasunto, en concreto, del genial atleta checo **Émil Zátopek**, al que refleja en su gloria, en su leyenda, pero también en toda su sencillez y humanidad.

Por cierto, adjuntamos una fotografía de las ediciones española, y de la original francesa. ¿Cuál les gusta más?

Estamos ante un libro sobre talento, trabajo duro y búsqueda de la verdad (poder, querer y saber). Zátopek tenía las tres cosas. Su inconmensurable **talento** se reveló cuando, tras la ocupación alemana de Checoslovaquia, comienza a competir en pruebas atléticas, que hasta la fecha había denostado por considerar que el deporte no servía para nada. Probablemente, lo único positivo que aporta la invasión alemana es la consideración de las manifestaciones deportivas como la mejor manera de educar el carácter de los jóvenes.

Poco a poco, Emil comprende que está dotado de excepcionales cualidades para la resistencia y comienza a **perfeccionar e innovar sistemas de entrenamiento**.

Es Zátopek el que populariza y mejora el sistema de entrenamiento de intervalos (**interval training**) que habían creado los doctores alemanes **Hans Reindell y Waldemar Gerchler**. Llega a correr un mismo día, cuando preparaba las distancias más largas (maratón), 100 series de 400 m. a ritmos de 1:10 a 1:20 la serie. **Trabajo duro** para sacar lo mejor del talento innato.

Pero lo mejor del libro, es que Echenoz nos muestra un Zátopek **entrañable, sencillo y humano**. Sabiendo que es una auténtica leyenda mundial no se llena de vanidad. Muy al contrario, le toca dar la cara en los momentos duros por creerse con la responsabilidad de estar al **servicio de la verdad y de la libertad**. El pueblo checo, primero bajo el yugo nazi y después el yugo soviético, tiene en Zátopek al héroe valiente que ya lejos de las pistas, lee una proclamación contra la invasión soviética en la plaza de San Wenceslaco, en la famosa primavera de Praga de 1968. Tal atrevimiento supone la expulsión del ejército, en el que servía con el grado de coronel, siendo degradado a realizar duros trabajos hasta llegar a servir como basurero en las calles de su ciudad. Ovacionado desde las ventanas, los ciudadanos de Praga barren las calles y recogen la basura antes de que llegue Emil, en el que probablemente sea el gesto de reconocimiento más bonito que Zátopek haya tenido, por encima del estruendo de las pistas de medio mundo que le vieron dominar desde el 5.000 hasta el maratón.

# TESIS DOCTORAL

## INFLUENCIA DEL USO DE LA TECNOLOGÍA EN LA ADHERENCIA DE LA PRÁCTICA FÍSICA SOBRE LOS USUARIOS DE CENTROS DE FITNESS

**Manel Valcarce**, que desde hace años colabora en *Deporcam* con sus excelentes artículos sobre tecnología y deporte, ha defendido con éxito su tesis doctoral en la Universitat de Lleida, dirigida por el **Dr. Vicente Javaloyes**.

La tecnología y la revolución digital está cambiando las formas de relación e interacción de la sociedad. También en el deporte, el uso de tecnología está proliferando gracias a los avances para facilitar su práctica y mejorar la adherencia. Más allá de la adherencia, es importante que la tecnología sea entendida como un medio facilitador. Para su estudio, Manel ha utilizado una muestra total de 1.285 participantes. Los principales resultados indican que el modo de implementación y las funciones disponibles en las aplicaciones móviles de un centro fitness, influyen en su uso y descarga por parte de los

usuarios. Aunque en una nueva o primera experiencia de uso, no se mejoran los niveles de adherencia, sí se observan influencias sobre el tipo de actividades practicadas. A medida que el usuario tiene más experiencia y uso de la aplicación, se observan mayores influencias como el incremento del número de días de asistencia, el tiempo de permanencia en el centro, así como los niveles de práctica física tanto personales como en las actividades y espacios del centro.



**CITA APA: Valcarce-Torrente, Manel. (2020). *Influencia del uso de la tecnología en la adherencia de la práctica física sobre los usuarios de centros de fitness. (Tesis doctoral). Universitat de Lleida, Lleida.***



quicesa  
watercare



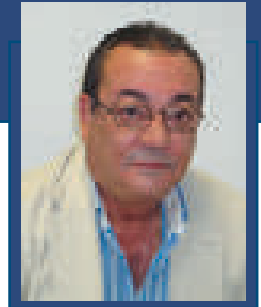
Aquatic  
INGENIERÍA Y PROYECTOS

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



# DEPORcam

NÚMERO **50** sin duda mucho más que un simple nuevo número de esta revista.



*Deporc* tiene un dueño intelectual, una persona apasionada por divulgar cosas relacionadas con el Deporte, una persona que participó en numerosos proyectos editoriales, y que siempre puso su perfeccionada sensibilidad literaria al servicio de la divulgación de diversas cuestiones relacionadas con el Deporte. Una persona que defendía el binomio de Cultura y Deporte como algo indisoluble, y que lo argumentaba con maestría, citando el poema del Mío Cid, donde ya había referencias etimológicas de esta dualidad.

Esa persona es Manuel Zambrana Contreras.

Al referirme a él, me revelo a conjugar quién es en pasado, porque él siempre estará presente mientras su última revista, *Deporc*, se siga editando.

En este número queremos hacer un homenaje a los 50 números publicados de *Deporc*, pero no queremos olvidar aquellos otros proyectos primigenios y que desde el año 1.987 tuvieron a Manuel Zambrana Contreras como director de orquesta.

Me refiero a “**DEPORSUR**”, cuyo primer número se editó en 1.987, y después de un parón resurgió con más fuerza en el 2.000.

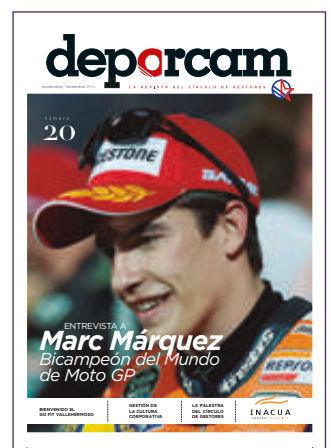
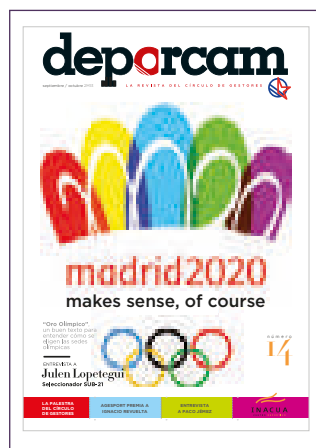
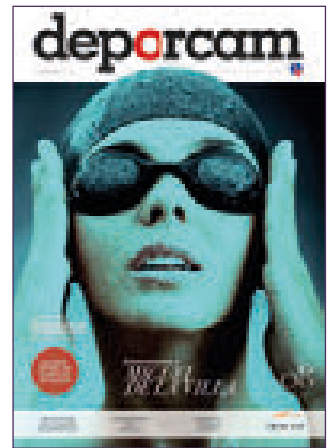
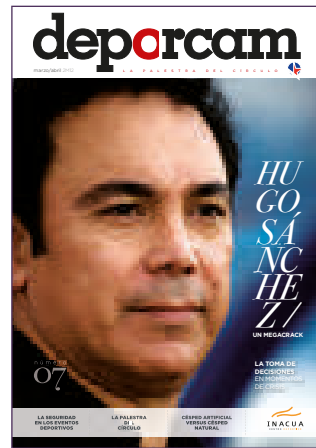
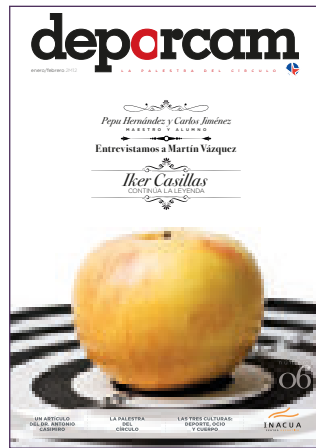
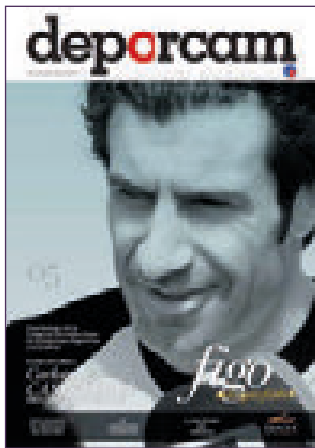
Me refiero a “**DEPORMADRID**”, que nace en 2.001 motivada por las inquietudes Olímpicas de Madrid.

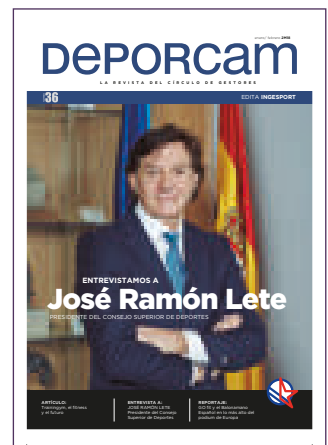
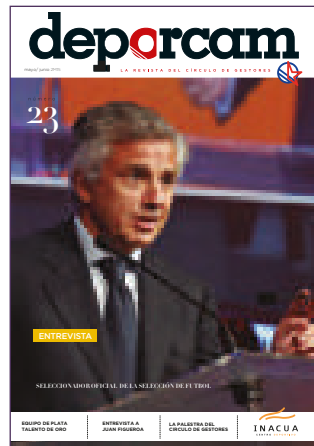
Me refiero a “**DEPORTE y gestión en MADRID**”, relevo de “**DEPORMADRID**” y que nace en el 2.003.

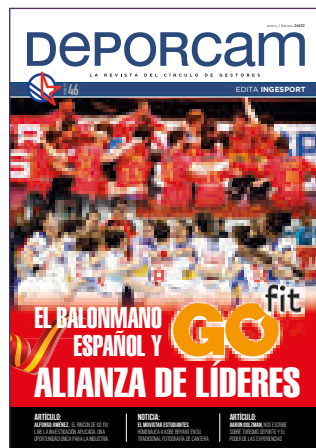
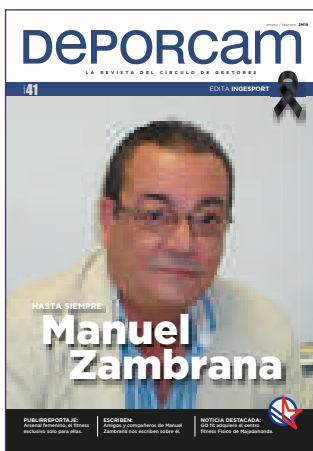
Por último, me refiero a “**DEPORCAM**”, que sustituyó en el 2011 a “**DEPORTE y gestión en MADRID**”, y que en este nº 50 hacemos un especial homenaje a la publicación, digna herencia del legado de Manuel Zambrana Contreras.

Este reportaje va dedicado a él.









NÚMERO 50

# Clubes deportivos protegidos frente al virus con el único sistema de desinfección activa

**inpossa**  
airclean

Hoy es posible proteger las instalaciones deportivas y los espacios interiores en lugares purificados y saludables, gracias a los equipos con tecnología **ActivePure®** que generan barreras protectoras, hostiles a los virus y bacterias y que contribuyen a lograr una confianza.

Desde **Inpossa Airclean** se insta a fortalecer las medidas de protección individual y distanciamiento, reforzando la protección colectiva con un **sistema de purificación y desinfección desarrollado con tecnología de la NASA** en las instalaciones y **contar con espacios libres de virus y saludables**.

La tecnología **ActivePure®** es el único purificador de aire científicamente probado para reducir el nuevo coronavirus SARS-CoV-2 en las superficies.

- La tecnología **ActivePure®** se probó en virus vivos SARS-CoV-2, no en cepas proxy o sustitutas
- Demostró una tasa de destrucción superficial del 99,98% del virus del SARS-CoV-2 en 7 horas
- Prueba completada en un laboratorio independiente que cumple con la FDA
- Diseñado para espacios interiores

El sistema de desinfección **ActivePure®** es la tecnología de purificación de aire y superficies más segura, rápida y potente disponible que minimiza la recontaminación y la contaminación cruzada en tiempo real sin el uso de productos químicos ni ozono, siendo totalmente compatible con presencia de personas.



Ahora más que nunca es una prioridad poder garantizar espacios protegidos. “Desde INPOSSA estamos trabajando activamente con **varios clubes deportivos** implantando estos sistemas, **garantizando**



espacios libres de virus, tanto en las oficinas de los propios clubes, como en vestuarios, salas de masaje y fisioterapia, clases colectivas y estancias donde puedan reunirse grupos de personas.

Este sistema está siendo utilizado en **miles de instalaciones en el mundo**, desde Estados Unidos o Italia donde la **demanda de estos equipos se ha multiplicado**. En España según los datos facilitados por Inposa AirClean se tiene prevista una cobertura de desinfección en espacios con un alcance de más de 17 millones de personas en una primera fase, si bien esto puede duplicarse en apenas 1 año.

Inposa AirClean propone la instalación de equipos combinados de filtración HEPA y desinfección activa, con la tecnología ActivePure®, única tecnología combinada con desinfección permanente de superficies y aire, con capacidad demostrada en la destrucción del virus SARS-COV2.

La tecnología utilizada en estos dispositivos ActivePure® es una adaptación desarrollada originalmente para su uso en misiones espaciales por la NASA. Este sistema ha obtenido el reconocimiento otorgado por **The Space Foundation** convirtiéndose en la única tecnología de purificación de aire y superficie con certificación espacial en el mundo.

Los sistemas ActivePure® están siendo muy aceptados debido a sus múltiples beneficios, facilidades y economía de los equipos. Es por esto que se presentan como **una solución frente a otras alternativas de compleja aplicación, y menor efectividad, que además** al contener compuestos

peligrosos, solo pueden ser utilizados por profesionales y sin presencia de personas o limitarse a filtrar aire.

## COMO FUNCIONA LA TECNOLOGÍA ACTIVEPURE®

La ciencia detrás de esta tecnología es increíble



## TECNOLOGÍA EXCLUSIVA

Estos sistemas de desinfección, válidos para proteger y desinfectar el aire y superficies, generando un ambiente purificado para las personas y hostil para los patógenos, virus y bacterias, incorporan una tecnología exclusiva que incluye la generación de iones, filtración superior a HEPA, oxidación fotocatalítica y la tecnología patentada ActivePure® para lograr una mayor eficiencia.

Las **moléculas microscópicas de oxígeno y agua** que se encuentran en el aire se introducen en los purificadores de aire equipados con ActivePure®, pasan a través de las celdas y se transforman en potentes oxidantes benignos. Así, cuando son liberadas al aire, las moléculas sobrealimentadas de ActivePure® buscan





y destruyen rápidamente contaminantes, hongos, moho, virus y bacterias.

El sistema **ActivePure®** está probado con resultados de ensayo de eficacia frente al virus Sars-Cov2, la combinación de tecnología por Ionización (libre de ozono) | Filtro Carbono activo | Filtro HEPA H14 | Oxidación por Foto Catálisis de última generación (RCI) | **ActivePure®** (Superoxidos, Hidróxilos y H2O2) confieren el equipo Beyond Guardian con mayores prestaciones en el mercado, renovando 550m3/h, y diseñado para un consumo eléctrico muy reducido y previstos para trabajo continuo de forma ininterrumpida. Los equipos se entregan listos para su uso y no requieren de instalación, tan solo un mantenimiento anual que consiste en sustitución de filtro.

### NORMATIVA Y FUTURO

La situación de excepcionalidad y **la falta de una clara normativa** más allá de recomendaciones y de los protocolos higiénico sanitarios acerca de las medidas preventivas necesarias para aplicar en espacios cerrados con presencia de personas, **está generando un vacío** sobre los métodos efectivos y necesarios. Así, desde Inpossa Airclean afirman: “nuestra propuesta va más allá de una desinfección eficaz, proponemos **un valor a la seguridad y salud de las personas**, que hoy más que nunca es esencial para un retorno a la confianza. Vemos un futuro con optimismo en convivencia con la amenaza y en la confianza de disfrutar de espacios más saludables y mejores para nuestra salud”.

### Comparativa de tecnologías con aplicación desinfectante:

	ActivePure	Ionización	UVC blindado	UVC sin blindaje	PCO	HEPA	ESP	Carbón activado	Ozono
					PECO				
Destruye rápidamente virus, bacterias y mohos en el aire	☑			☑					☑
Funciona de forma segura en habitaciones ocupadas	☑	ALGUNOS	☑		☑	☑	ALGUNOS	☑	
Funciona de inmediato y no requiere tiempo de captura o exposición	☑								☑
Peligroso, legalmente restringido o puede causar daños colaterales		☑	☑	☑			☑		☑
Reduce rápidamente la recontaminación	☑								☑
Elimina los COV	☑				ALGUNOS			☑	☑
Reduce partículas PM 2.5 o más pequeñas		ALGUNOS				☑	☑		
Puede obstaculizar negativamente un sistema HVAC		☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑
Requiere limpieza o reemplazo frecuente			☑	☑		☑	☑	☑	
El producto es seguro de limpiar.	☑	ALGUNOS			☑		ALGUNOS	☑	
Tecnología espacial certificada	☑								
Tecnología dispositivo médico de clase II aprobado por la FDA	☑								

a industria del deporte no es hoy lo que era hace seis años. Era 2015 y un servidor empezaba a introducirse en un sector al que llegaba atraído por la incipiente profesionalización del negocio del fútbol. Admito que ni siquiera yo, que ya aspiraba a mostrar al mundo el componente económico del deporte, conocía toda la realidad que había detrás. Por suerte, lo que me encontré es que tras la intensa actividad del fin de semana y mis horas, escasas, no lo niego, de entrenamiento, había un importantísimo tejido asociativo. Y más importante aún si cabe: era y es un ecosistema mayoritariamente dirigido por personas que han vivido el deporte como una pasión antes que como una profesión.

Han pasado seis años desde entonces, y lo cierto es que esa pasión con la que este sector habla no es visible en muchas otras industrias. Y aun así, no nos engañemos, seguimos sin conseguir que el conjunto de la sociedad vea en el deporte no sólo un motor económico, sino también un elemento de transformación social como poco. Se agradece, en este sentido, que PwC y España Activa hayan decidido cuantificar el impacto económico de este sector en el país, y la cifra no es menospreciable: 39.000 millones de euros, es decir, un 3,3% del producto interior bruto (PIB).

Y ahí está la razón de ser de 2Playbook, una plataforma de negocios dirigida a los profesionales de la industria del deporte. Creemos profundamente que intensificar el contacto entre profesionales y el intercambio de ideas es el mayor catalizador para una industria joven y para visualizar ante la sociedad que el deporte es motor económico y social. Al igual que vosotros, el equipo que

La comunidad de profesionales de la industria del deporte

# 2Playbook

www.2playbook.com

**Marc Menchen**  
Director  
2Playbook



## La industria del deporte moviliza 39.000 millones de euros en España, pero el reto entre todos es saber explicar su papel de motor económico y de transformación social

2Playbook es un medio multiplataforma, que a través de la generación de contenidos diarios ambiciona crear la mayor comunidad de profesionales

del deporte en España. El proyecto tiene una visión holística del deporte, de modo que su enfoque ha sido desde el principio abordar todos

los segmentos que tienen la actividad física en el centro de su oferta, ya sea en cuanto a práctica directa o consumo de espectáculos.



2Playbook está construyendo una plataforma de negocios para la industria del deporte, con el objetivo de apoyar el continuo crecimiento y

profesionalización de una de las industrias más jóvenes y también con potencial de crecimiento en España. Nacido a partir de un medio de

comunicación, el proyecto incluye una unidad de inteligencia de mercado, red de networking, organización de eventos y consultoría.

hay detrás dando forma a la cartera de servicios para la comunidad de dirigentes de este deporte, el equipo que hay detrás de la compañía comparte una misma idea, que es la que tratamos de plasmar desde el 14 de septiembre: apoyar al crecimiento de la industria del deporte, mostrándola al conjunto de la sociedad como lo que es: un elemento clave en la construcción de marca del país y, siendo ambiciosos, uno de los pilares sobre los que puede construirse la recuperación y el cambio de modelo productivo. Pero no queremos quedarnos sólo en la información. Creemos que, uniendo a todo el sector en torno a una misma comunidad, podemos aportar mucho más valor a través de nuevas soluciones que, con el paso de las semanas, iremos desvelando y poniendo en marcha.

Agradeciendo el espacio que hoy Deporcam nos brinda para explicaros el proyecto de 2Playbook, no quiero robaros más tiempo del necesario. Tan sólo animaros desde ya a unirnos a la comunidad 2Playbook en el modo en que os sintáis más cómodos, confiando en que compartáis con nosotros los valores que marcan nuestro trabajo diario. Aquí os los comparto.

**Colaboración:** La comunidad de profesionales de la industria del deporte no puede construirse sin la participación activa de todos sus miembros, de ahí la búsqueda constante de una relación bidireccional entre la plataforma y sus miembros, así como entre ellos.

**Integridad:** La base de cualquier relación es la confianza y la credibilidad, dos objetivos que 2Playbook tiene interiorizados en su ética del trabajo. Y eso se plasma en toda la propuesta de servicios, desde la generación de contenidos y estudios, a la organización de eventos y formaciones.

**Sana ambición:** 2Playbook quiere crear la mayor comunidad de profesionales de la industria del deporte, desde la humildad y asumiendo que el crecimiento no puede ser a cualquier precio y debe hacerse sobre unos pilares sólidos.

**Excelencia:** El trabajo del equipo de 2Playbook se guía a partir de tres elementos clave para la confianza, como son el rigor en la información del medio de comunicación, la independencia de sus profesionales y el respeto hacia los demás. ■

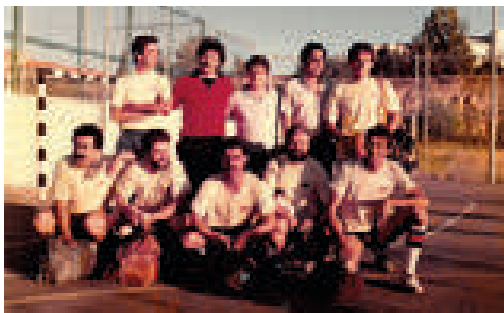
# La comunidad para los profesionales del deporte



Entrevista a

# Antonio Barbero Martínez

## Socio Fundador de Gimnasiarca



Entrevistamos en este número a Antonio Barbero Martínez, socio fundador de Gimnasiarca S.L. una empresa de gestión deportiva que creó en el año 1995; cuya principal línea de negocio es la gestión de instalaciones y centros deportivos, así como la consultoría deportiva.

Actualmente es la empresa líder en el sector de instalaciones deportivas de Centros Educativos de la Comunidad de Madrid, consiguiendo optimizar la explotación de grandes instalaciones deportivas de colegios y congregaciones, con excelentes resultados en la satisfacción de todos los usuarios.

Antes de fundar Gimnasiarca, Barbero ya había participado activamente en la gestión deportiva, en el Ayuntamiento de Madrid, siendo uno de los pioneros y referentes indiscutibles de la difusión y democratización del deporte desde los años 80 hasta nuestros días. Hemos hablado con él del pasado, del presente y del futuro del deporte, aprovechando su gran experiencia y su vocación y amor por la promoción y la excelencia en el deporte.

### **Deporcam: ¿Por qué Gimnasiarca?**

Comenzamos con el nombre de Olimpique Bule S.L., que en la antigua Grecia era el Senado donde se tomaban las decisiones de los juegos en la olimpiada griega, y a los cinco años tuvimos que cambiar de nombre a Gimnasiarca S.L. que era el responsable de tener todas las instalaciones preparadas para celebrar los juegos en Olympia.

### **Deporcam: ¿Qué recuerdos tiene de sus inicios en el deporte? Empezó practicando baloncesto, ¿verdad?**

Jugando en la calle con mis amigos, corriendo y andando por la Casa de Campo, partidos que terminaban cuando se hacía de noche (entonces la vía pública no estaba iluminada), en el Colegio de los Salesianos Mini-básquet y más tarde Baloncesto hasta los 15 años. Posteriormente Remo, en la universidad Rugby, Fútbol y Fútbol Sala con los

amigos. Siempre he querido practicar, antes que observar como espectador.

**Deporcam: ¿Hay algo que aprendiese practicando deporte que difícilmente podría haber aprendido en los libros o en cualquier otra ocupación profesional?**

En los libros se aprenden conocimientos, en la práctica del deporte descubrimos los principios y valores que siempre nos ayudan a forjar nuestra personalidad, que resaltamos en las personas que admiramos y son necesarios en nuestra sociedad.

Los valores se descubren y se aprenden con la amistad, compartiendo jugadas, respetando a tus adversarios y aceptando las decisiones de los jueces del juego, aceptando sus decisiones y esforzándonos en alcanzar nuestras metas.

**Deporcam: Estudió en el INEF de Madrid. ¿Qué recuerdos tiene de esos años de estudiante y cómo influyeron en su futuro?**

Todavía recuerdo las risas, los juegos y las carreras por las escaleras, por los pasillos. Todo era alegría, cinco años fantásticos, con grandes profesores y personal muy cercano, siempre dispuestos a ayudarte, todos nos conocíamos, hasta los camareros te llamaban por tu nombre. Nos sentíamos como en nuestra casa, todo ello nos diferencia del resto de universidades. Por las tardes estudiaba en la Facultad de Medicina donde todo era silencio y mucho orden.

Las clases estaban llenas de deportistas, emprendedores con mucho talento, muy divertidas y con muchas ganas de practicar lo aprendido.

En mi promoción se contagiaban la ilusión y las ganas de vivir.

Aprendí a compartir ilusión con mis compañeros de clase, que han llegado a ser destacados profesionales en gestión deportiva y en alto rendimiento por toda la geografía española e internacional, directores generales de deportes, entrenadores que han ganado ligas de Fútbol profesional con el Valencia, y Champions League con el Liverpool.

La sociedad nos dio muchas oportunidades, pero al mismo tiempo exigía más cualificación.

**Deporcam: Usted fue uno de los pioneros en la promoción del deporte para todos desde el municipalismo, junto a personas como nuestro añorado Manuel Zambrana. ¿Cómo surgió su vocación por la gestión deportiva? ¿Quiénes son sus referentes? ¿De dónde sacaron tanta energía para hacer tanto con tan pocos medios como había entonces?**

En los años 80 se crearon los servicios deportivos en todos los ayuntamientos. Los primeros fueron Canovelles y Granollers en Cataluña. En nuestra Comunidad Autónoma Leganés y Alcobendas tuvieron una enorme influencia en las organizaciones deportivas y municipales

En Madrid, la creación del IMD (Instituto Municipal de Deportes). Yo tuve el honor de formar parte de los 500 primeros trabajadores, que entonces formábamos la plantilla, y teníamos que ejecutar el programa deportivo del IMD que se basó en cuatro ejes:

**1º DESARROLLO DE LA CULTURA FISICA**

**2º PROMOCION DEPORTIVA**

**3º FACILITAR LAS ACTIVIDADES FÍSICAS DE CARATER DEPORTIVO**

**4º OCIO, RECREACION, SALUD Y TIEMPO LIBRE**

EL IMD populariza la práctica deportiva en Madrid, no sustituye a las federaciones deportivas, las complementa con competiciones más lúdicas, optando por una calidad organizativa y una participación de todos, aunque no hubieran tenido medios para fomentar y dar respuesta al despertar, los padres haciendo colas de 24 h., para que sus hijos se iniciaran en las escuelas deportivas. Recibíamos cartas para atender solicitudes de asociaciones de padres y de vecinos, exigiendo profesores, y teníamos la necesidad de organizar el deporte escolar con técnicos, para que los niños participaran en ligas y competiciones deportivas. En los polideportivos adaptamos los espacios para impartir deporte para todos, nunca mejor dicho (amas de casa, discapacitados, tercera edad, niños, equipos de todas las categorías y deportes, sin olvidarnos del deporte femenino). Queríamos despertar a una sociedad disfrutando de la actividad física, mejorando la salud de nuestros vecinos. Los ciudadanos empezaron a presionar a los políticos para aumentar los equipamientos deportivos de los municipios.

Empezamos a cambiar la sociedad. Antes te preguntaban en la discoteca: ¿estudias o trabajas? En las entrevistas de trabajo, por tus estudios. Ahora, en todos los sitios, la primera pregunta es ¿practicas deporte? Se ha convertido en un sello de calidad para garantizar nuestra valía, siendo muy común la frase: ¡es muy buena persona, es deportista!

Cuando paseo me cruzo por la calle de cualquier ciudad, a cualquier hora y día, con una multitud de personas, andando, corriendo, patinando o en bicicleta. Es el resultado de años de trabajo, llevan algo de todos los que hemos desarrollado nuestra labor profesional en polideportivos municipales colegios públicos o privados y entidades privadas, enseñado a una sociedad a descubrir del deporte sin que con independencia de su edad, sexo o nivel económico.

**Deporcam: ¿Cómo decide dar el paso desde la gestión pública a la gestión privada? ¿Cómo han sido estos más de 25 años en Gimnasia? ¿Cómo deben trabajar las entidades públicas y privadas en el deporte?**

La decisión la tomé cuando me encargaron la gestión del Centro Deportivo del Colegio El Pilar. Previamente me habían pedido asesoramiento sobre la viabilidad de una instalación deportiva de 4500m2 subterránea, debajo del patio del colegio.

Los informes, consultas y opiniones solicitadas a varios expertos y empresas del sector, lo desaconsejaban. Mi estudio fue favorable a la construcción y explotación, y me adjudicaron la gestión desde octubre de 1990.

Mi experiencia en la gestión viene avalada por haber recorrido profesionalmente distintos puestos en la estructura del IMD (Socorrista, Técnico Deportivo, ATS, Profesor de distintas actividades físicas, Coordinador Deportivo y Director Instalaciones. Formé parte del personal de deportes (Licenciados en Educación Física y técnicos Deportivos) que impulsaron la creación del IMD, y que desarrollaron los programas deportivos de la ciudad de Madrid desde 1980.

Las instalaciones Deportivas Municipales estaban dirigidas por un Director de Instalaciones, que tenía y tiene la responsabilidad de la administración y gestión deportiva.

Como director en la instalación de Chamartín, mis compañeros (limpieza, conservación, profesores, administración, médicos, directores y Dirección del IMD) me enseñaron todo lo que necesitaba, y junto con mi formación como alumno y profesor del INEF de Madrid, me decidí a pilotar un proyecto innovador que fue un éxito, la empresa Gimnasiarca, que gestiona centros deportivos con resultados satisfactorios.

### **COMO DEBEN TRABAJAR LAS ENTIDADES PUBLICAS Y PRIVADAS EN EL DEPORTE**

Cada uno tiene que desarrollar sus actividades, en el marco de sus competencias, nunca compitiendo y sí complementándose.

Las entidades públicas deben garantizar a los ciudadanos el acceso a las prácticas deportivas y de salud, en régimen de igualdad, con calidad en el servicio público deportivo, como se inició y consiguió desde 1980 en los ayuntamientos, con precios asequibles, impartido por profesionales estables, formados y retribuidos como cualquier trabajador del Ayuntamiento.

Las empresas que gestionan Instalaciones de titularidad Pública deberían cumplir los mismos parámetros de calidad del servicio que las gestionadas por la Administración.

Este requisito tendría que ser fundamental en los concursos que adjudican el servicio deportivo, y no la baja económica en la oferta.

### **Deporcám: ¿Cómo cree que se debe conciliar el deporte para todos, el deporte federado y el de rendimiento? ¿Son incompatibles?**

En la estructura deportiva pública tienen que compatibilizar las necesidades de uso del deporte federado, desde la iniciación hasta el alto rendimiento y el profesionalismo deportivo con el uso de las instalaciones para el ejercicio físico y deportivo de carácter aficionado y de salud.

Compatibilizar esos usos nos permitirá mantener y salvar el gasto de los centros, con una buena programación y coordinación entre ambos intereses que suelen producir roces entre actividades.

Dentro del deporte para todos, como nicho, ha servido para el incremento exponencial del número de empresas cuya propiedad es de fondos de inversión, que explotan instalaciones y servicios deportivos, propias o con concesiones de las administraciones, y centros educativos o culturales, con unos beneficios económicos muy interesantes para la gestión empresarial.

### **Deporcám: ¿Qué personas, empresas y profesionales han sido referentes para Antonio Barbero?**

Paloma, Lorena y Héctor, mi mujer y mis hijos, han sido fundamentales, siempre me han apoyado, sintiéndome una persona muy querida, mis alumnos y todos los compañeros que han compartido mi vida laboral, enseñándome a mejorar y a tomar decisiones acertadas, y a cada uno de los que han trabajado en Gimnasiarca a lo largo de estos 25



años, haciendo posible este proyecto.

Quiero recordar algunas situaciones que han marcado mi desarrollo profesional: Manuel Zambrana quería incorporarme al servicio de deportes de Leganés para coordinar la nueva piscina de invierno, narraba sus proyectos y trabajo como un cuento maravilloso. Poder integrarme en un equipo de profesionales muy valorados por su magnífica gestión municipal en Leganés, era como jugar en división de honor. Paco Cuevas me pidió seguir en el instituto Municipal de Deportes.

Ángel Luis López de la Fuente es la persona más trabajadora que he conocido, y a mi juicio, fue el propulsor del IMD, apoyado por grandes profesionales que no paraban de trabajar para que el servicio de deportes del Ayuntamiento de Madrid estuviera en el sitio que se merecía. Pasamos por muchas guerras, no fue fácil el reconocimiento de categorías, consiguió que el Ayuntamiento de Madrid fuera el primero en reconocer la validez de la licenciatura en educación física y poder tener un salario igual que otros titulados superiores de la administración, quiero reconocer públicamente ese mérito.

Ángel Luis fue durante 12 años subdirector del C.S.D, siguió trabajando con esmero y dedicación, como siempre, y su trabajo ha sido reconocido por muy pocos.

Rafael Cecilio es un emprendedor, le conocí en un hotel de Barcelona, estuvimos discutiendo hasta las cinco de la mañana sobre el proyecto que quería crear, el Bono Deporte en Alcobendas. En menos de dos años muchísimos ayuntamientos de toda España lo implantaron. Era su producto estrella. Algo parecido me volvió a pasar con los gimnasios low-cost dos años antes de que empezaran a llegar al sector, demostrando con ello ser un visionario y un excelente profesional.

La empresa OPADE fue la referencia para todos en la Comunidad de Madrid y SEAE en Barcelona. OPADE fue la primera empresa con un servicio de calidad, sirvió para que los ayuntamientos empezaran a confiar y creer en entidades que pudieran dar servicios a los ciudadanos con personal externos. Sus trabajadores, muy especializados, aportaban y garantizaban un servicio municipal de calidad.

Si juntas las partes características de mis referentes, ya conoces Gimnasiarca, llevamos un poco de familia y amistad, trabajadores con horizontes y en busca de oportunidades, emprendedores. Estas son nuestras referencias.

### **Deporcám: ¿Cuál es el secreto de Gimnasiarca?**

Diseñamos actividades que puedan diferenciar nuestros usuarios. La fidelización mediante la calidad del servicio. Tenemos problemas en captar nuevos usuarios, en cambio nuestra ratio de bajas es insignificante, cuando lo cuento, nadie se lo cree, solo espero que la competencia siga sin entenderlo.

Todos los años realizamos encuestas a todos los usuarios de las instalaciones, y siempre el mismo resultado, lo más valorado son nuestros trabajadores, les encuentran diferentes, son nuestro sello de calidad, nunca nos piden ofertas ni mejoras en los centros, solamente que mantengamos a nuestros técnicos para no perder su amistad.

#### **Deporcam: ¿Qué nuevos proyectos se propone Gimnasiarca para el 2021?**

Siguiendo nuestros valores como empresa, durante el 2021 queremos potenciar firmemente nuestra área de formación deportiva, para ello formalizamos un convenio de formación y colaboración con universidades y centros de formación, siendo el último con la UNIVERSIDAD POLITECNICA DE MADRID (I N E F). Es un aliciente para nuestros profesionales, el poder transmitir sus conocimientos desde la práctica, porque nuestro objetivo es formar a los profesionales del futuro a través de un programa de negocios y emprendimiento online, que les permita tener los conocimientos, las herramientas, los contactos y las experiencias suficientes para cumplir el sueño de tener su propia empresa y ser libres.

#### **Deporcam: ¿En qué va a consistir ese programa?**

Se trata de un máster de gestión deportiva online con clases de 15 minutos, 100% flexible, con contenidos súper actualizados sobre gestión, se van a poder descargar PDF y Excel con herramientas muy prácticas para entender la gestión de un centro deportivo, todo ello por 499 €. Estamos convencidos de que será un máster que les

impregnará de conocimientos de expertos que han triunfado en el sector y, de ese modo, proyectar su carrera profesional con mayores garantías de éxito.

#### **Deporcam: ¿Se trata de un máster oficial?**

No, y no queremos que lo sea, porque eso nos limitaría mucho a la hora de diseñar los contenidos y queremos que sean lo más actualizados posibles. Al contrario de lo que ha venido ocurriendo hasta ahora, queremos que sean los alumnos los que nos digan qué quieren aprender y nosotros se lo vamos a enseñar. El concepto es muy novedoso, pero estamos seguros de que tendrá muy buena acogida.

En paralelo, estamos trabajando para poder avalar a sus contenidos con la universidad Politécnica de Madrid y el INEF de Madrid. Al finalizar el máster se obtendrá un diploma que te certificará como un experto en gestión deportiva.

#### **Deporcam: ¿Qué tipo de profesores tendrá el máster?**

Vamos a traer a los directivos de más éxito en el campo de la gestión deportiva a nivel mundial, conoceremos los casos de éxito más famosos de la mano de emprendedores que han tenido éxito en sus negocios deportivos y expertos en campos como los recursos humanos, el marketing digital, herramientas para la gestión...etc.

#### **Deporcam: ¿Qué duración tiene el máster?**

Nuestra intención es que no comprometas tu vida para hacer un máster. Por ello, queremos que sea online en clases de 15 minutos al día con una duración de entre 5 y 9 meses para que cada día aprendas un concepto nuevo, a tu ritmo, sin prisas. Queremos también que sea 100% flexible y que puedas ver tus clases desde cualquier dispositivo en cualquier momento y lugar, en la playa, en un hotel, en la montaña o donde tú quieras.

#### **Deporcam: ¿A quién va dirigido?**

Nos dirigimos a cualquier persona que quiera emprender en el sector deportivo, técnicos deportivos que quieran empezar su carrera profesional ligada a la gestión, coordinadores que aspiren a liderar proyectos deportivos y otros perfiles como consultores deportivos, inversores o empresas del sector fitness que quieran formar a sus empleados en gestión.

El precio, 499 €, es consecuencia directa del modelo de negocio. La formación en gestión y en dirección, normalmente requiere mucho esfuerzo en tiempo y dinero, por ello, queremos convertir en accesible una formación de alto valor y alta calidad, a un precio asequible a mucha gente interesada en este sector.

#### **Deporcam: Por último, es inevitable hacer una pregunta sobre el COVID 19. ¿Cómo está afrontando esta Pandemia y cómo cree que va a afectar al sector deportivo?**

Para contestar a esta pregunta sería necesaria una entrevista completa dedicada a este tema. Ya he dicho que para mí GIMNASIARCA es una familia y que lo más importante que tiene son sus profesionales. La prioridad ha sido no dejar tirado a nadie en esta crisis, hemos llegado hasta aquí juntos y queremos atravesar juntos esta tormenta. Y respecto a nuestros clientes pensamos lo mismo, son amigos, casi familia. Les cuidamos y ellos no nos abandonan.

Sobre cómo puede afectar al sector deportivo el COVID 19, ya está afectando, como al conjunto de la sociedad, de la economía y de las empresas. Pero seguro que esta crisis pasará. Nos agarramos a la esperanza que nos dan las noticias sobre las vacunas.

Cuando tengamos la suficiente perspectiva veremos los cambios que se han producido. Pero los cambios los estamos creando ahora con el esfuerzo y el apoyo que nos estamos dando unos a otros en este momento.

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

Necesitamos plataformas como Deporcam, que sea nuestro referente para publicar lo que pensamos, intercambiar lo que hemos aprendido y sobre todo recoger todas las iniciativas del sector para tener ese rigor científico, que, en opinión de algunos, adolece nuestro sector.





**Fernando Andrés Pérez**  
ARQUITECTO



# EL ORIGEN DE LA FURIA ESPAÑOLA

## 1. EL ARRANQUE DE LAS PARTICIPACIONES OLÍMPICAS DE ESPAÑA

Los Juegos Olímpicos de Amberes se concedieron a Bélgica como homenaje por sus muchos ciudadanos heridos en la Primera Guerra Mundial. En un ambiente de gran austeridad se organizó un programa con competiciones en 22 deportes, totalizándose 156 pruebas en las que se entregaban ya medallas de oro, plata y bronce, lo que daría una cifra total mínima de 468 preseas. Participaron 2.561 hombres y 65 mujeres procedentes de 29 países.

En España, casi superada la fase más dura de falta de mentalización nacional sobre la necesidad de impulsar el deporte como elemento de mejora física general de la población, se estaba ya entrando en un periodo de carencia total de recursos para estos fines por parte de todas las administraciones públicas y entidades deportivas oficiales, por lo que se dudó si era posible enviar un conjunto de atletas españoles para que participaran en las diversas disciplinas. Solo

una decisión personal del Conde de Romanones y de su hermano el Marqués de Villamejor, adelantando 125.000 pesetas, permitió que asistiera el seleccionado español. El Gobierno en ningún momento se planteó habilitar un presupuesto especial para este fin y tampoco creyó que los deportistas españoles obtendrían buenos resultados. Al final, tras veinte años en que España no acudía a esta clase de citas, se envió una representación formada por 56 deportistas, todos hombres, que participaron en las competiciones de polo (5), tenis (4), water-polo (8), natación (7), atletismo (14) y fútbol (18).

La mayoría de los jugadores de fútbol seleccionados se habían reunido en la estación de trenes de Irún, llevando cada uno sus propias comidas y bebidas, desde donde viajaron en ferrocarril de tercera clase hasta el modesto alojamiento que les habían preparado los organizadores belgas. No se habían concentrado para poder entrenar antes de partir, y de hecho, algunos jugadores conocieron al seleccionador Paco Brú en la estación. Eran tiempos en que era



frecuente el que los propios deportistas se pagaran sus desplazamientos, no conocieran la mayoría de ellos ningún país del extranjero pues no se producían apenas intercambios internacionales, no se siguieran unos planes de alimentación adecuados, ni se hicieran sesiones preparatorias en las fechas anteriores a las confrontaciones deportivas. Cerca del alojamiento no había ningún campo donde poder entrenar y el Estadio Olímpico era una modesta construcción con dos graderíos de madera que permanecieron bastante vacíos la mayoría del tiempo al no tener dinero los aficionados belgas para pagar las entradas. La pista atlética, de tierra, quedó en muy mal estado al sufrir las inclemencias de las lluvias, pues era una construcción casi improvisada y con un presupuesto muy bajo. Como piscina se utilizó el foso de un baluarte histórico ya existente, llenándolo de agua.

Julio Domínguez, uno de nuestros partícipes en atletismo explicó a su vuelta:

*“Llegamos a Amberes y nos hospedaron en un lugar que parecía más un albergue que un sitio para atletas que van a competir a un campeonato mundial. Se improvisó una cocina y allí nos hicieron unas comidas que ninguno probaba. En dos habitaciones nos sentamos 18 señores, en duras camas de campaña, con dos únicos lavabos, y como detalle de higiene, sin agua para limpieza de retretes...Hubo que improvisar una bandera española para el desfile, pues ningún directivo la había previsto.”*

El futbolista Mariano Arrate actuó como abanderado de nuestros deportistas que no vestían “chándails”, pues en España no se utilizaban, y acudieron al desfile con los propios uniformes de juego. Al frente de la delegación figuró como Presidente Gonzalo de Figueroa

y Torres. Era hermano del Conde de Romanones, con el que componía la pareja financiadora de la expedición española. Había sido alcalde de Madrid en 1.904, y desde 1.906 formaba parte del Comité Olímpico Internacional.

Las competiciones para el seleccionado español comenzaron por el polo en un torneo en el que solo participaron cuatro países. El 25 de julio España venció a Estados Unidos por 11-3, y la final la disputó el 31 de julio contra Gran Bretaña, perdiendo por 13-11. Con estos únicos resultados el 2 de agosto nuestro país obtuvo su primera medalla de plata gracias al equipo de polo, en que dos de sus miembros se apellidaban Figueroa y otros dos Fitz-James. Eran el Duque de Peñaranda de Duero, el Duque de Alba de Tormes, el Conde de la Maza y el Marqués de Villabrágima. Es decir pertenecían todos a la clase social que podía practicar este deporte en nuestro país. El 3 de agosto nuestros tiradores obtuvieron el sexto puesto en pistola libre y el 20 del mismo mes Alonso obtuvo el quinto en tenis. El balance final de la actuación fue así sumamente discreto: dos medallas de plata en polo y fútbol, un quinto puesto para Manuel Alonso en tenis, y un sexto lugar en tiro rápido con pistola, pero todos estos resultados pasaron plenamente desapercibidos para el gran público, que desconocía a estos deportistas y no se podía identificar de ninguna manera con ellos, al contrario de lo que ocurrió con el fútbol. En aquella época no existía todavía la figura del diploma olímpico para los clasificados entre el cuarto y el sexto puesto, y España ocupó la decimoséptima posición en la lista de medallas por naciones, aunque este puesto posición deba ponerse en su justo término recordando los países que habían sido excluidos por los organizadores por considerarlos agresores en el conflicto bélico: Alemania, Austria, Hungría, Turquía, Bulgaria, Polonia y la Unión Soviética.

## ¡ASÍ FUE EL TORNEO DE FÚTBOL DE AMBERES!

Se disputó entre trece selecciones, siendo favoritas las de Bélgica y Dinamarca, aunque esta circunstancia era desconocida por los nuestros, que se enfrentaron a la segunda como arranque de su participación en el torneo. Vencieron por 1-0, con una memorable actuación de Zamora que solo tenía veinte años. La celebración de nuestro equipo se prolongó durante toda la noche, de manera que Bélgica nos venció fácilmente al día siguiente por 3-1, quedando España eliminada del torneo por la vía normal clasificatoria y quedándole solamente la de la repesca, que se conocía como el “Camino de la Consolación”. Se trataba de un extraño sistema denominado “Método Bergrall” que entonces se

aplicaba, y por el que los equipos eliminados en las fases iniciales jugaban un torneo cuyo vencedor disputaría con el perdedor de la final las medallas de plata y bronce correspondientes a los segundo y tercer puestos. Era un método de repesca que posibilitaba recuperar al mejor derrotado en los enfrentamientos ordinarios, mediante un sistema que reducía algo la duración de la competición comparado con otros sistemas de clasificación más perfectos, pero que requerían más fechas y suponían un mayor coste organizativo. Bélgica ganaba por 2-0 a Checoslovaquia al llegar al descanso de la final, pero este país decidió retirarse por “persecución arbitral”, por lo que quedó descalificada. Se invitó

a los dos perdedores de las semifinales, Francia y Holanda, para completar este último encuentro de obtención de la segunda plaza, pero el primer equipo se negó, y España se vio invitada a jugar este encuentro de modo directo y sorprendente, ganando el 5 de septiembre 3-0 a los holandeses y obteniendo la plata.

En el Torneo de Consolación, el 1 de septiembre España había vencido a Suecia 2-1 en un partido sumamente bronco en que nuestro combinado acabó con solo siete jugadores y el nórdico con ocho. Samitier, que era un fino jugador de solo dieciocho años, demostró que era también un experto en toda clase de tretas, y al tener que lanzarse un penalti contra la meta española por un delantero sueco, se propuso sacarle de quicio por cualquier procedimiento. Para ello, se cruzó en la trayectoria del lanzador dirigiéndose al árbitro en los dos primeros intentos de disparar, como si fuera

a solicitarle alguna aclaración. Convenientemente apercibido de expulsión, se dedicó después a tirar al balón piedrecitas y trozos de barro utilizándolo como blanco hasta descomponer al lanzador, que acabó disparando fuera de la portería. Acudió entonces Samitier a darle la mano en señal de felicitación entre la sorpresa de todos que no entendían su conducta... En el segundo tiempo, Belauste, un hombretón de 1,93 m. de altura y solo veinte años, solicitó el balón a su compañero Bilbao, diciendo la frase que se hizo célebre: "A mí la pelota, Sabino, que les arrollo a todos", y así fue. Entró en la portería sueca empujando la pelota y arrastrando a tres jugadores nórdicos que no pudieron frenarle pese a colgarse de su cuerpo. Logró así el empate el equipo español ante un árbitro que no supo o no quiso pitar nada, y acabó venciendo finalmente por 2-1. Después ganó a Italia en la segunda ronda de este torneo, y finalmente a Holanda, como ya se ha indicado.

## 2.- EL IMPACTO DEL ÉXITO EN ESPAÑA

Tras la exitosa participación española en fútbol, que tuvo mucho de rocambolesca por su extrañísima organización, los nombres de Zamora, Pichichi, Arabolaza, Eizaguirre, Sesúмага, Belauste, Pagaza, Artola, Arrate... se hicieron sumamente célebres en nuestro país, comenzando a amueblar el espacio de los mitos deportivos españoles hasta entonces totalmente vacío de figuras, al no haberse logrado antes ningún éxito deportivo con el que hubiera podido identificarse el pueblo llano. De hecho, se convirtió en el logro más importante para el gran público del primer tercio del siglo XX, y fue el origen de lo que se comenzó a llamar "La Furia Española". Seguramente la razón fue que el fútbol era un deporte muy extendido por su bajo coste de práctica, y por manejarse una concepción del juego muy básica, que era casi a lo único que se podía llegar entonces en nuestro país, deseosos nuestros aficionados de alguna victoria con la que poder identificarse. En aquella época, en que no había Campeonatos Mundiales, se consideraba que "el éxito en unos Juegos Olímpicos tenía un carácter mítico y en alguna medida era considerado como una forma de superioridad de la raza y del pueblo".

El politólogo e historiador Alejandro Quiroga publicó en la "European History Quarterly" un estudio al respecto en el que decía:

*"En Bélgica, la prensa internacional describió de forma poco amable el estilo del equipo español de fútbol, como poco sofisticado, furioso y violento. Aun así los periódicos españoles le dieron la vuelta alegremente a las connotaciones negativas ligadas a la expresión "furia española" y adornaron el término con tonos positivos. Los conceptos asociados a la palabra furia (virilidad, fuerza, coraje, sacrificio, espíritu de*

*lucha, etc.) eran música para sus oídos."*

Los nombres de nuestros futbolistas se hicieron sumamente populares entre la población por provenir del fútbol, un deporte muy extendido por el bajo coste de su práctica y por tratarse de una concepción de juego muy básica, que era casi a lo único que se podía llegar entonces..

La importancia de este logro trascendió lo meramente futbolístico y como comentó el historiador Polo del Barrio:

"El triunfo de los futbolistas españoles en Amberes tuvo una resonancia enorme en nuestro país. Tan es así, que algunos autores consideraron aquel hecho como el embrión del resurgimiento atlético en España. Los aficionados, ávidos de conocer las gestas de los futbolistas en tierras de Flandes, devoraban las noticias al respecto, siendo los periódicos arrebatados de las manos de los vendedores".

Dada la popularidad del fútbol, la medalla de plata en este deporte se considera como el más importante éxito del deporte español hasta la Guerra Civil, si no el único. El resto de resultados pasaron desapercibidos pues el pueblo no se podía identificar de ninguna manera con el resto de nuestros representantes a los que no conocían.

**A partir de aquel momento y hasta 1936 "...se produjo un importante cambio en la imagen pública del deporte al acapararla, casi con exclusividad, el espectáculo futbolístico y su transmisión o comentario por los medios de comunicación social. El resto de deportes apenas si tuvieron algo más que un carácter meramente testimonial."**

# Cuando la diferencia está en la tecnología...

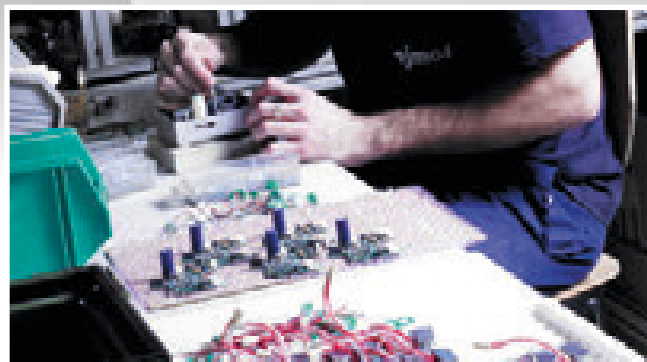
# geodesic

- Desinfección de agua sin reactivos químicos y sin sal.
- Máxima seguridad sanitaria.
- Calidad inmejorable del agua (sin olores, sin sabores sin irritaciones y sin picores).
- Monitorización continua y gestión remota.
- Ahorros del 85% del agua de renovación.



**Monitorización continua  
de los parámetros y de  
la calidad del agua**

**Gestión remota**



**ojmar**

**supera un siglo de historia  
con la Introducción de más  
inteligencia en sus productos**

OJMAR, empresa de referencia mundial en el desarrollo y soluciones de cierre para mobiliario y taquillas, ha activado un ambicioso plan estratégico a 5 años con el que dará continuidad a sus 100 años de historia y a su progresión en sistemas de cierre electrónicos e inteligentes

El plan 2020-2025 de Ojmar, que absorberá más de 5 millones de € en inversiones en I+D y medios, persigue transformar el modelo de la compañía. Al margen del retraso provocado por la pandemia la empresa se plantea como objetivo duplicar ventas y superar la cota de 30 millones de euros; incrementar la plantilla de 112 a 140 trabajadores; desarrollar una red de partners tecnológicos y reforzar las ventas internacionales que suponen un 70%.

Para este último trimestre de 2020 la oferta de producto de Ojmar se ve ampliada con la OCS.Smart: un cierre de taquilla de tecnología dual que además de teclado incorpora Bluetooth permitiendo al usuario activar la taquilla con su propio Smartphone.

Cara al 2021 la empresa plantea una fuerte evolución de su producto estrella, OTS. Advance, que sin duda responderá a las expectativas de trazabilidad y captura de datos mostrada por clientes clave.

El progresivo posicionamiento de Ojmar en los sistemas electrónicos inteligentes se ha trasladado a los ingresos, pasando de representar el 15% de las ventas hace una década a más del 60% en la actualidad. Esta tendencia se mantendrá en los próximos años con la ampliación del catálogo en este campo, lo que generará nuevas necesidades industriales que se traducirán en el desarrollo de inversiones en la capacidad de montaje automático y automatización de la producción

El proyecto insistirá también en el fortalecimiento de la innovación y el Marketing. La meta de Ojmar es mantenerse como referencia mundial del sector y punta de lanza de las cerraduras y sistemas de cierre inteligentes para el sector Deportivo y el de Oficinas Corporativas. Un deseo confirmado por sus últimos proyectos en City Bank (Nueva York), la sede central de Transport for London, y cadenas fitness como Virgin Active, Bannatyne, Fitness First ME, Metropolitan y por supuesto Go-Fit

Y es que para cumplir 100 años en la industria nunca se debe dejar de mirar al futuro



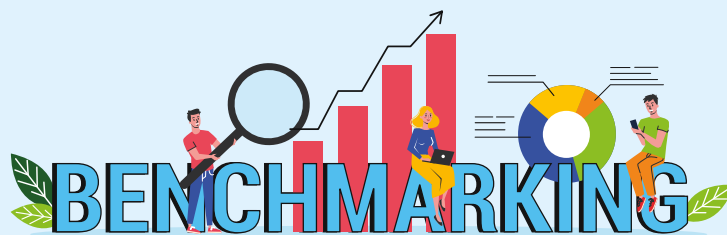
**ojmar**

SISTEMAS  
INTELIGENTES  
DE TAQUILLAS

[WWW.OJMAR.COM](http://WWW.OJMAR.COM)



**Pablo Sánchez Buján**  
Licenciado en Educación Física  
Experto en gestión de centros deportivos



# EL BENCHMARKING en los centros de actividad física y deporte.

Estamos en un momento muy especial, en el que la mayor parte de nuestro entorno está cambiando con motivo de la pandemia del coronavirus. ¿Será un cambio puntual, o será para siempre?

No lo podemos saber, pero pienso que muchas cosas van a cambiar para “quedarse”. Por este motivo creo que es un momento oportuno para recordar un apunte sobre el “BENCHMARKING EN LA GESTIÓN DEPORTIVA”.

Recordemos su definición: “El benchmarking es un proceso continuo por el cual se toma como referencia los productos, servicios o procesos de trabajo de las empresas líderes, para compararlos con los de tu propia empresa y posteriormente realizar mejoras e implementarlas.

En el momento actual, son muchos los centros deportivos, gimnasios, clubes o empresas deportivas que han tenido que echar el cierre. Pero también son muchas las empresas que se han reinventado y están sobreponiéndose con éxito al “golpe sufrido” por el coronavirus. Y es en estas últimas en las que nos tenemos que fijar, ver lo que han hecho, como, con qué recursos, como han preparado a su personal, como han mantenido y recuperado a sus clientes, que actividades están ofertando, como, y así un gran número de preguntas.

No se trata de copiar lo que está haciendo los que están sobreviviendo con éxito, si no de aprender que están haciendo los líderes para implementarlo en tu empresa añadiéndole mejoras. Si tomamos como referencia a aquellos que destacan en el área que queremos mejorar y estudiamos sus estrategias, métodos y técnicas para posteriormente mejorarlas y adaptarlas a nuestra empresa, conseguiremos alcanzar un nivel alto de competitividad.

Recordemos que existen diferentes tipos de benchmarking: competitivo, interno y funcional. El objetivo común de los tres tipos es ayudar a los directores de las empresas deportivas a que miren hacia fuera de sus organizaciones, hacia su competencia o hacia otros sectores en las que hay empresas que son las mejores en su clase.

## ETAPAS DEL BENCHMARKING

Para hacer más fácil el trabajo se seguir los siguientes pasos: planificación, recopilación de datos, análisis, acción y seguimiento.

### 1. Planificación

El objetivo principal de esta primera etapa es planificar la investigación que se va a realizar:

- ¿Qué quiero medir? Toda investigación tiene que tener un porqué, y éste debe estar relacionado con un área que queremos mejorar.
- ¿A quién voy a medir? Empresa, centro deportivo, actividad, etc.
- ¿Cómo vamos a hacerlo? Para llevar a cabo el proyecto hemos de crear un equipo de trabajo con un responsable que marquen pasos a seguir y tiempos.

### 2. Datos

La recopilación de datos es fundamental para el benchmarking, de ello dependerá en gran medida el éxito o el fracaso de todo el proceso.

### 3. Análisis

Una vez hemos recopilado la información necesaria, hemos de analizar los elementos que causan las diferencias entre nuestra empresa y las estudiadas, para poder identificar los puntos de mejora.

Una vez hemos identificado las diferencias, es el momento de proponer las mejoras que vamos a llevar a cabo. Hay que tener en cuenta que únicamente seleccionaremos aquellas mejoras que por tamaño, recursos e infraestructura sea viable llevar a cabo por nuestro centro deportivo.

### 4. Acción

El siguiente paso después de analizar la información y de haber seleccionado los aspectos de referencia en las empresas seleccionadas, es el momento de adaptarlos a nuestra organización, pero siempre añadiéndole alguna mejora o alguna ventaja que le aporte valor a nuestros clientes.

### 5. Seguimiento y mejora

En esta última etapa se debe hacer un informe con toda la información destacada del proceso. Esto ayudará a mantener una mejora continuada.

Todo esto requiere trabajo en equipo y un gran esfuerzo a la empresa, pero estamos en un momento crucial y no nos queda “otra”, si queremos que nuestra empresa sobreviva.



## Comienza el reto **“Todos a Tokio”** para fomentar la actividad física y los hábitos saludables en los más pequeños

Iniciativa de la ONG DES (Deporte para la Educación y la Salud)

### **EFE, 4 de noviembre de 2020**

El reto escolar **“Todos a Tokio”** es una iniciativa promovida por la **ONG DES** junto con los centros educativos inscritos en el programa “Colegios Comprometidos con el Deporte y la Salud” que, tras ponerse en marcha de forma piloto en el curso 2019-2020, se vuelve a activar en unas circunstancias en la que los menores están sufriendo la inactividad de manera más grave que hace un año.

El reto consiste en recorrer la distancia en kilómetros que existe entre Madrid y Tokio para conmemorar la celebración de los Juegos Olímpicos de 2021.

### **CONOCER LA GEOGRAFÍA**

Esta iniciativa comienza en el mes de noviembre para finalizar en el mes de junio. Ocho meses en los que, además de sumar kilómetros de actividad física, los alumnos irán conociendo las diferentes maratones y carreras populares emblemáticas de España.

Cada mes tendrá una ciudad en el calendario, poniendo foco en San Sebastián, Valencia, Canarias, Sevilla, Barcelona, Madrid, Vitoria y Pamplona, respectivamente.

Con este paseo por las carreras de España, los alumnos se acercarán a la geografía de cada área, la cultura y la historia y la trayectoria de cada una de estas míticas carreras.

Los organizadores de cada carrera y administraciones públicas serán invitados a colaborar remitiendo información sobre su carrera, promoviendo también la adhesión al reto por parte de centros educativos de su área de competencia e incluso pudiendo ser protagonistas concediendo un diploma virtual a los alumnos que completen el reto acorde a su edad.

### **OBJETIVOS DE “TODOS A TOKIO”**

Con la puesta en marcha de esta iniciativa, la ONG

Deporte para la Educación y la Salud se marca como objetivos:

- Concienciar a la sociedad, especialmente a los niños en edad escolar de la importancia de mantener hábitos de vida saludable a diario.
- Promocionar la práctica deportiva en los centros escolares, tanto en las horas lectivas como en las actividades extraescolares y fuera de horario del colegio, fin de semana, con la familia, etc.
- Concienciar a estudiantes, familias, profesores y todas aquellas personas relacionadas con el centro escolar de que el deporte es la mejor medicina para sus hijas e hijos.

Sirve para la prevención de enfermedades en edades tempranas o a lo largo de su vida (como la obesidad), además de evitar una vida sedentaria que puede provocar enfermedades graves en el futuro.

### **ASPECTO SOLIDARIO**

**“Todos a Tokio”** es un reto colectivo para sumar kilómetros de salud, pero también quiere sumar kilómetros de solidaridad.

Por esta razón se ofrecerá la opción de reservar medalla y camiseta conmemorativa del reto y una parte de los ingresos se destinarán a una actuación de formación de profesores de colegios en Kenia y a la compra de material deportivo para menores de los mismos colegios.

Desde la ONG DES se anima a todos los responsables de los colegios y a los participantes en el reto a respetar siempre dichas normas y a cuidar la salud de cada uno de los participantes en este reto por encima de todo.

Toda la información acerca de **“Todos a Tokio”** en: <https://www.educacondedeporte.org/> donde se irá actualizando el contenido a medida que se vayan celebrando las distintas maratones y carreras del calendario previsto.

**FX.Lasunción**  
fxl.sportsquality@gmail.com



# LAS ENTIDADES DEPORTIVAS EN LA ERA TECHNO

«Ningún paradigma es eternamente válido» (\*) y según dice el verso popular «Todo pasa, nada queda, pero lo nuestro es pasar, pasar haciendo camino, camino con el andar». Y qué oportuno es recordar estas ideas cuando se dan circunstancias sociales con cambios profundos de opciones de vida, oportunidades, dificultades y comportamientos. Parece evidente que nuestra sociedad está en una nueva fase de desarrollo social, no solamente por la pandemia del coronavirus sino por aspectos tales como el desarrollo tecnológico y las formas de trabajar, la robótica, el teletrabajo, la necesidad de prevenir el deterioro ecológico, la falta de nacimientos y el incremento de personas de tercera edad, el crecimiento de personas foráneas, con costumbres y estilos de vida diversos, el incremento de actividad física a título individual en casa con aparatos idóneos, o en las calles con nuevos tipos de bicicletas, patines, y patinetes, así como las nuevas formas de operar las empresas y las costumbre de los ciudadanos. Sin olvidar las retransmisiones de eventos deportivos por TV con la aportación de datos técnicos y opiniones de expertos sobre lo que sucede para que a las nuevas generaciones les resultan más interesantes que verlos en directo.

Por todo ello, parece que estamos en el principio de una nueva era social que, acorde con todo lo indicado bien podemos denominarla **ERA TECHNO**, porque la tecnología está invadiendo todos los ámbitos de la vida personal y social: sean pensamientos, trabajo, cultura, deporte, convivencia, ocio, o RRHH en general.

Todos sabemos que la estabilidad no es buena para la economía, pues se hace débil y frágil durante los largos periodos de prosperidad estática que esconden vulnerabilidades acumuladas retrasando las crisis, pero

no evitándolas. De igual modo que las fluctuaciones o los conflictos en el mercado causan riesgos escondidos que hay que destapar para poner remedio a las posibles crisis y tratar de generar sistemas antifrágiles. Es por ello que la estabilidad o las fluctuaciones hay que verlas con visión de futuro y de oportunidad si se quiere fortalecer a las empresas y a la sociedad en general.

## RECONFIGURACIÓN O CIERRE

Parece, pues, evidente que estamos en el inicio de dicha Era Techno en la que, para adaptarse, no baste con la mera innovación enfocada simplemente a resolver cosas concretas al estilo de innovaciones superficiales y temporales dejándose llevar por la confianza de que «todo volverá a su situación anterior». Estamos en otra Fase de Desarrollo al estilo de lo que sucedió tras las pasadas guerras mundiales. Por ello, me parece muy oportuno lo que me decía una joven empresaria, «hay que reformular la empresa aprovechando la ocasión para generar ideas creativas que nos hagan progresar acorde con la Misión de la entidad, pero para satisfacer al público objetivo en sus nuevas necesidades, intereses y planteamientos de vida con la utilización de los nuevos recursos tecnológicos».

De ahí que el proceso a seguir debe estar conformado por un espíritu de superación centrado en la innovación creativa orientada a plantear cambios esenciales ante los cambios sociales y de mentalidad de las personas. No vale una mera mejora sobre lo que se está haciendo u ofreciendo a los clientes hasta la fecha. De ahí que podamos hablar de «Innovation vs Quality» pues habrá que implantar nuevos productos, servicios o formas de actuar, sin que ello suponga el



condicionar el interés permanente por la calidad. Se trata de una "Reconfiguración", asumiendo que ningún paradigma es eternamente válido y que estamos ante un mundo multipolar y con nuevas líneas culturales (afinidades, conflictos, símbolos, palabras, formas de definir las cosas, etc.). Lo pasado, pasado está, y sólo los románticos se acuerdan de ello.

La necesaria «Innovación Creativa y Sensata» (\*\*\*) exige, en primer lugar, distinguir lo que es importante de lo que no son reflexiones profundas sobre la «nueva realidad Social» de nuestro entorno o mercado potencial y los nuevos hábitos adquiridos. Posteriormente, se requiere abrir un proceso de trabajo mental intenso sobre qué podemos hacer nosotros con nuestros recursos para estar en sintonía con esa realidad y reemprender un camino exitoso.

Es evidente que ya ha habido cambios en el comportamiento de las personas, en las instalaciones y la utilización de máquinas y elementos auxiliares comunes, así como en las medidas de prevención y seguridad por parte de las instalaciones deportivas; Pero ello no es suficiente, pues el individualismo creciente, la tecnocracia y la creatividad personal para satisfacer las propias apetencias nos obligan a más.

Consecuentemente, se requiere iniciar un proceso de renovación en todos los aspectos y áreas de las entidades deportivas: social y RRPP, físico, y mental (psicológico y emocional), así como el económico, haciéndolo de forma equilibrada y evitando sinergias negativas e interferencias en la Misión y Esencia de las Entidades.

## CAMBIOS ESENCIALES ANTE LOS CAMBIOS SOCIALES

Obviamente, cualquier proceso de innovación creativa requiere ser ambiciosos - aunque con sensatez y prudencia- y es costoso en cuanto que exige tiempo de dedicación y esfuerzo, pues las ideas validadas no surgen por casualidad sino tras un trabajo que requiere espíritu de aventura, autocontrol y descubrimiento; donde no cabe la superficialidad, el dejarse llevar por los gustos, por el «ya está bien». De ahí que en esa línea de actuación y para no paralizarse debemos plantearnos la necesidad de ser creativos y la **SUPERACIÓN DEL NIVEL DE CONFORT** en aspectos tales como:

- El análisis de recursos y su aplicación y adaptación a las nuevas realidades -no sólo a las innovaciones tecnológicas sino culturales y hábitos de comportamiento - y las posibles nuevas oportunidades de servir.
- Adelantarse a los acontecimientos o cambios previsibles a tenor de las actuales realidades y las tendencias, que no se pueden predecir con plena seguridad pero que marcan pistas por dónde ir si

los fundamentos son sólidos y creíbles al valora los nuevos horizontes, fundamentos, oportunidades ofrecidas y las posibilidades de construir para el futuro con los nuevos públicos.

- Anticiparse y tratar de predecir los futuros desarrollos y trabajar para conseguir una cultura común entre las personas - el Público Objetivo - a las que se quiere prestar los servicios en nuestra entidad.
- Asumir nuevos retos, esfuerzos, cambios de perspectivas, ideas o proyectos asumiendo las nuevas inversiones requeridas, así como sus costes de mantenimiento.
- Buscar la originalidad, algo único, incomparable y que se pueda hacer con perfección, sustentados en la implicación de todo el equipo profesional disponible, propiciando una cooperación creativa con espíritu de aventura y descubrimiento.
- Definir muy bien el «what to whom» (\*\*\*) «el Que para Quién» definiendo muy bien lo que se quiere ofrecer al nuevo tipo de PO al que vamos a servir - con sus características y circunstancias - y los nuevos mensajes a transmitir con palabras adecuadas a los nuevos tiempos; implantando un lenguaje acorde a las nuevas culturas, intereses y necesidades
- En definitiva, se trata de no ser conformistas a la vez que optimistas en la búsqueda de fórmulas creativas, siendo líderes en la nueva Era o Fase de desarrollo social en la que estamos.
- Sin olvidar el colocar La Misión y el liderazgo por delante del Management.

(\*) cfr. The Clash of civilizations and the remaking of the world order. Samuel P. Huntington. Simon & Schuster

(\*\*) cfr.. Innovación Creativa y Sensata. Fxl

(\*\*\*) cfr. Language and Power. Norman Fairclough. Edt. Longman

La mentalidad de ajustarse a lo peor tiene sus ventajas porque hace asumir ciertos tipos de riesgos. Y los conflictos son esenciales para aprender si nos metemos en ellos en formas distintas a las habituales

Anticiparse y tratar de predecir los futuros desarrollos

Distinguir lo que es importante de lo que no o es.

# INNOVACIÓN Y MEDICINA DEPORTIVA: LA EXCELENCIA QUIRÚRGICA AL SERVICIO DEL DEPORTISTA



**Dr. Carlos De la Torre Conde**

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



**Conrado Miguel Baño Pedreño**

CEO de PlanificacionQuirurgica.com



**Dr. J. Moya-Angeler,**

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



La relación entre actividad física y medicina remonta su origen al de la propia humanidad. Allí donde había un grupo humano, las habilidades atléticas no eran sólo fuente de salud sino que garantizaban la supervivencia. Y era esa cualidad única de la compasión que poseen los humanos la que garantizaba que las lesiones, heridas o fracturas derivadas de la actividad de los miembros del grupo fueran curadas o, al menos, tratadas.

En la actualidad, la naturaleza de esa relación no ha cambiado en su esencia. El deporte sigue suponiendo una fuente de salud (aunque la actividad física no sea imprescindible para garantizar nuestra existencia, sí que mejora la calidad de la misma). Y la medicina

continúa velando por la prevención y tratamiento de los perjuicios que el ejercicio nos puede acarrear.

Es responsabilidad de los profesionales sanitarios y científicos la de no acomodarse nunca en la ayuda que pueden proveer al paciente. Sobre todo cuando este es deportista y sus expectativas y rendimiento implican una mayor exigencia de resultados.

Los últimos años han traído un desarrollo exponencial de técnicas y dispositivos que han venido a enriquecer la capacidad de actuación de los cirujanos ortopédicos a la hora de asistir a sus pacientes en general y a los profesionales deportivos en particular.

Un ejemplo concreto de toda esta escalada terapéutica y tecnológica es su aplicación a la cirugía de Ligamento Cruzado Anterior (o LCA). Esta estructura anatómica, vital para la estabilidad de la articulación de la rodilla, puede suponer una pesadilla para profesionales deportivos (atletas, preparadores, médicos, fisioterapeutas, etc.) cuando se ve afectado. El LCA se encuentra, como decimos, a nivel de la rodilla conectando los dos extremos óseos de la articulación: fémur y tibia. Ejerce, junto a los ligamentos colaterales y al ligamento cruzado posterior, de estabilizador de la articulación durante su movimiento. La protege de una eventual luxación al prevenir una excesiva traslación hacia delante de la tibia respecto al fémur, al tiempo que evita una rotación excesiva de la articulación.

Durante la activada física y, específicamente, en deportes como el fútbol, baloncesto o toda aquella disciplina que involucre saltos, giros y cambios bruscos de velocidad el LCA será sometido a un sobreesfuerzo. Grandes desaceleraciones que involucren una aproximación de la cadera y una suma de extensión, rotación interna y valgo de rodilla son susceptibles de provocar el desgarro o rotura del ligamento.

A nivel preventivo y diagnóstico, ésta y otras lesiones deportivas han experimentado recientemente un gran avance gracias al surgimiento de estudios de biomecánica y entrenamientos personalizados o innovadoras técnicas complementarias como la resonancia magnética. No obstante, estos progresos no serían suficientes si no fueran acompañados de actualizaciones a nivel terapéutico.

Es aquí donde la bioingeniería viene a facilitar las habilidades de los médicos y a reforzar el tratamiento de los pacientes. Una de los principales escollos a los que se enfrenta un cirujano ante una intervención es la incertidumbre acerca de cada caso particular. La variabilidad del cuerpo humano hace que las referencias

anatómicas no siempre sean claras y condicionen el resultado de la intervención.

Por otro lado, un atleta sometido a una operación sufre también de esta inquietud debido a su desconocimiento de las técnicas a realizar y de los resultados que caben esperar. Hay que recordar que de los efectos del procedimiento dependen tanto su salud como su futuro profesional.

La intervención quirúrgica aporta aquí nuevas soluciones ante estos viejos problemas. Su objetivo final es conseguir la excelencia quirúrgica: un escenario donde médico y paciente pueden moverse y comunicarse en un escenario de seguridad, sabiendo que todo el conocimiento y herramientas disponibles están siendo aplicadas al caso que a ambos involucra.

La realidad virtual permite al usuario sumergirse de lleno en la que será su cirugía. Sobre un modelo anatómico que reproduce con fidelidad su propio organismo, es informado por el profesional que le intervendrá sobre la naturaleza del problema y dónde y de qué manera se desarrollará el procedimiento quirúrgico.

Los cirujanos, por su parte, pueden disminuir su margen de inseguridad al saber que sus decisiones se encuentran respaldadas por la experiencia que numerosos compañeros han depositado en la “nube” en forma de casos prácticos y actualizaciones de bibliografía. El desarrollo de modelos 3D y de navegación intraoperatoria implementan la capacidad de abordaje y de resolución de problemas antes, durante y después de que la intervención sea llevada a cabo.

Todo ello suma de cara a garantizar el mejor resultado posible para unos pacientes cuyas demandas y necesidades van más allá de lo normal. Aunque hemos entrado más en detalle en un tipo específico de intervención, por su prevalencia e importancia en el ámbito deportivo, la potencial aplicabilidad de estas nuevas técnicas es casi ilimitada. Otras intervenciones de mayor envergadura tales como las prótesis de rodilla o cadera podrán beneficiarse del respaldo tecnológico que estos avances aportan.

El objetivo es conseguir una “cirugía a medida” que individualice cada caso y garantice que todo paciente reciba la mejor alternativa posible como tratamiento a su dolencia. Deporte, medicina y bioingeniería se unen así para actuar como punta de lanza de avances que terminarán por redundar en el resto de la sociedad. La cirugía nunca dejará de ser un arte pero, en su vertiente de ciencia, irá incorporando nuevas herramientas que vengán a enriquecer su campo de acción y el beneficio de sus destinatarios, pacientes y deportistas de todos los niveles.





Grupo Internacional de Actividades de  
Prevención y Socorrismo

**José Palacios Aguilar**  
Doctor en Educación Física  
Coordinador del Grupo de Investigación en Actividades  
Acuáticas y Socorrismo  
Profesor Titular de la Universidade da Coruña  
Vicepresidente 1º de la Asociación de Educación Ambiental y  
del Consumidor (Bandera Azul en España)



# Grupo Internacional de Actividades de Prevención y Socorrismo (GIAPS)

## 1. INTRODUCCIÓN

El ahogamiento es un problema de salud pública de primera magnitud mundial (World Health Organization, 2014). Es la tercera causa de muerte por traumatismo no intencional en el mundo y representa un 7% de todas las muertes relacionadas con traumatismos. En el mundo mueren cada año 360.000 personas por esta causa

Pero las estimaciones mundiales subestiman notablemente la magnitud real del problema, ya que los métodos utilizados para clasificar los datos oficiales hacen que queden excluidas las muertes por ahogamiento intencionado (suicidio u homicidio), así como los ahogamientos resultantes de inundaciones catastróficas y de incidentes en el transporte acuático. Es posible que las cifras reales sean 5 veces superiores a las oficiales.

Esta causa de muerte es desigual y discriminatoria, ya que el 91% de las muertes por ahogamiento ocurren en países de ingresos bajos o medios. Y el riesgo de ahogamiento es mayor en niños, varones y personas con fácil acceso al agua.

La mayoría de los investigadores y expertos en ahogamiento, y la propia Organización Mundial de la Salud, insisten en que las causas que provocan estas muertes son altamente prevenibles. Sin embargo, las cifras no disminuyen, lo que permite suponer que todavía no se están tomando las medidas necesarias para conseguirlo y que siguen siendo insuficientes los recursos humanos y materiales que se destinan a la prevención del ahogamiento.

Desde hace 150 años los seres humanos se han puesto de acuerdo a nivel mundial en la vigilancia meteorológica, compartiendo datos e información en tiempo real, sin restricciones y con el objetivo de conocer, pronosticar y prevenir las catástrofes que pueden provocar los cambios climáticos. En la actualidad, 193 países están adscritos a la Organización Meteorológica Mundial, un organismo de la ONU con sede en Ginebra. Han sido 1,5 millones las vidas humanas perdidas en los 20 últimos años por desastres naturales provocados por inundaciones, tormentas, olas de frío y de calor, incendios forestales y sequías.

Sin embargo, a día de hoy todavía no existe nada similar en la lucha contra el ahogamiento, cuando es posible que en los últimos 20 años se haya superado ampliamente la cifra de 7 millones de personas muertas por esta causa.

Es conveniente y oportuno aunar esfuerzos, es imprescindible fomentar la prevención y se deben respaldar y promocionar acciones de comunicación, concienciación y divulgación científica, así como cualquier otra acción de difusión, demostrativa o ejemplarizante.

“Creo que la vida de un hombre es superior a todas las riquezas que pueda proporcionar la fortuna”.

“Es propio del sabio prevenir el mal, más que emplear remedios para curarlo.”

*(Tomás Moro: Utopía. 1516)*

## 2. LA NECESIDAD DE UNA RED INTERNACIONAL

La Organización Mundial de la Salud, en sus últimas publicaciones sobre causas de muerte accidental y formas de prevenirlas (2008, 2014 y 2017), realiza unas recomendaciones de gran interés:

- Se debe establecer por cada país una agenda sobre el ahogamiento.
- Se deben crear asociaciones entre gobiernos, comunidades, industria, sector privado y agencias públicas de salud sobre el ahogamiento.
- Se deben recoger datos epidemiológicos fiables.
- Se deben usar definiciones estandarizadas y planillas codificadas.
- Son necesarias más investigaciones con el fin de valorar los factores de prevención y sobre cómo mejorar las intervenciones.

“Todos nosotros -políticos, padres, organizaciones sin ánimo de lucro, empresas y ciudadanos- podemos ayudar a prevenir el ahogamiento” (World Health Organization, 2017).

La red internacional que se crea con el “Grupo Internacional de Actividades de Prevención y Socorrismo - GIAPS” tiene como punto de partida el cumplimiento de estas recomendaciones y busca

desarrollar una estrategia conjunta que permita unificar criterios en terminología, procedimientos, técnicas y formación, así como estudiar con rigor científico las acciones preventivas y el conjunto de recursos que se destinan a la prevención y a la intervención ante emergencias en el medio acuático.

### 3. OBJETIVOS DEL GIAPS

Se relacionan a continuación los objetivos considerados prioritarios, aunque no se descarta que en el desarrollo del proyecto surjan otros posibles objetivos.

- Crear una Red Internacional estable de apoyo a la investigación en los dos temas más relevantes en la lucha contra el ahogamiento: la prevención y el rescate acuático.
- Avanzar en la unificación de criterios en terminología relacionada con la prevención del ahogamiento y el rescate acuático.
- Iniciar la unificación de criterios en procedimientos y técnicas relacionadas con el rescate acuático, elaborando protocolos de intervención en aquellos casos que existan suficientes evidencias científicas.
- Mejorar el grado de conciencia sobre la importancia de la prevención del ahogamiento y otras situaciones de riesgo vital en espacios acuáticos.
- Mejorar el nivel de formación de los profesionales dedicados a la prevención del ahogamiento y al rescate acuático, tanto de los profesores e instructores de salvamento acuático, como de los propios guardavidas.
- Difundir estudios científicos que mejoren la prevención de ahogamientos y los rescates acuáticos.
- Estimular en los países participantes la creación de un sistema nacional de seguridad.



**Investigación sobre la calidad de la RCP básica después de realizar rescates**

### 4. PUESTA EN MARCHA DEL GIAPS

Es fácil comprobar que las estrategias para luchar contra el ahogamiento son diferentes en cada país, e, incluso, distintas en función de las comunidades o regiones de cada país. Esta realidad es un problema que se pretende paliar con la creación de una Red Internacional en la que un grupo estable de investigadores, profesores, profesionales, y entidades

públicas y privadas, apoyen las iniciativas para luchar contra el ahogamiento, sobre todo mejorando la prevención y el rescate acuático.

La suma de esfuerzos de personas y entidades puede mejorar el grado de conciencia social, incrementando sustancialmente la presencia del ahogamiento y de los profesionales que luchan para evitarlo en los medios de comunicación, tal y como sucede en accidentes de tráfico o en incendios. Lograr una verdadera cultura preventiva es tarea de todos.

Esta cultura preventiva debe llegar también al guardavidas (el profesional encargado de la seguridad de las personas en el medio acuático), puesto que las acciones preventivas representan la esencia de su trabajo y son la principal misión en cualquier Servicio de Socorrismo. Así lo defienden investigadores y profesionales como Szpilman, Barros, Mocellin y Webber (2018), Palacios (2018), Palacios y Costas (2019), que han demostrado que las tareas de los guardavidas tienen más relación con la prevención (más del 99,9% de su trabajo) que con cualquier otra faceta de sus intervenciones.

Uno de los retos más importantes del GIAPS es conseguir un consenso suficiente que permita unificar criterios, al menos en todo aquello que tenga respaldo científico y esté avalado por evidencias. En esta unificación de criterios la terminología es prioritaria, debe ser precisa y única, hay que lograr lo mismo que han conseguido las ciencias, en especial la medicina: que una palabra signifique una cosa y solo esa cosa. La ambigüedad y los sinónimos son propios de la literatura y se utilizan para crear historias. Sin embargo, el rigor y la formalidad deben primar en la ciencia para evitar la confusión y el error, sobre todo cuando se trata de la salud o de la vida. Sobre este tema está a punto de ser publicado el primer diccionario sobre ahogamiento y lesiones acuáticas, coordinado por Szpilman, Palacios y Queiroga, y la colaboración de 16 expertos de 10 países de 4 continentes.

Es tiempo de dar continuidad internacional a acciones que ya se están llevando a cabo en diferentes países con excelentes resultados y de iniciar otras acciones que todavía no se han puesto en marcha:

- Campañas de prevención en zonas de baño público, en las que además de divulgar consejos para evitar ahogamientos se enseñe la RCP básica.
- Congresos de Seguridad, Emergencias y Socorrismo de calidad, en los que la prevención sea el punto de partida.
- Reuniones de investigadores, profesores y profesionales.
- Planes de comunicación realista y eficaces, en los que se involucren medios de comunicación relevantes.
- Estudios bien diseñados y recopilación de datos con rigor académico y científico que profundicen en el problema del ahogamiento de forma global, que permitan análisis adecuados y cuyos resultados permitan mejorar la lucha contra esta causa de muerte.

Para lograr un desarrollo eficaz del proyecto se van

a organizar unos grupos de trabajo para compartir comunicación, documentos y actividades, que, inicialmente, son los siguientes:

- Formación de calidad en socorrismo, prevención del ahogamiento y rescate acuático (unificación de criterios y elaboración de textos).
- Investigación en prevención del ahogamiento, socorrismo y rescate acuático (elaboración y divulgación de investigaciones y artículos científicos).
- Tecnología aplicada al socorrismo (nuevos materiales para la prevención y el rescate: drones, embarcaciones, aplicaciones, materiales).
- Policía y socorrismo (seguridad en playas y respaldo a los guardavidas).
- Gestión y empresa al servicio del socorrismo (apoyo multisectorial).
- Diversidad de capacidades y limitaciones en Socorrismo (guardavidas en la atención a personas en situación de discapacidad y posibilidades laborales).
- Buenas prácticas dignas de divulgar en relación a la prevención y los guardavidas (Bandera Azul, Canarias 1500 kilómetros de Costa, Playas sin humo).

## 5. MIEMBROS DEL GIAPS

El GIAPS ha nacido en 2020 y se ha dado a conocer a principios del mes de agosto. Hasta mediados de octubre de 2020 ya se han adherido 52 entidades públicas y privadas, y 129 Investigadores, profesores, coordinadores, guardavidas y profesionales afines, que, libre y desinteresadamente, forman parte del GIAPS con el compromiso de compartir esfuerzos para conseguir los objetivos de prevenir ahogamientos, evitar accidentes y mejorar las intervenciones de rescate acuático y primeros auxilios, de forma cooperativa y, cada uno, en la medida de sus posibilidades.

### Países de las entidades y personas adheridas - 12

Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, Jamaica, México, Países Bajos, Portugal, República Dominicana y Uruguay

### Comunidades Autónomas de España de las entidades y personas adheridas - 14:

Andalucía, Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla-León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia y País Vasco.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Bierens, J. (2014). Drowning. Prevention, Rescue, Treatment. Berlín. Springer.

González, F.; Palacios, J.; Barcala, R. y Oleagordia, A. (2008). Primeros Auxilios y socorrismo acuático: prevención e intervención. Madrid. Paraninfo.

Moran, K.; Quan, L.; Franklin, R. y Bennett, E. (2011). Where the evidence and expert opinion meet: a review of

DEDICACIÓN PROFESIONAL DE LAS PERSONAS ADHERIDAS	NÚMERO
Profesores	56
Directores y Jefes de Servicio	39
Guardavidas en activo	28
Investigadores	24
Coordinadores de Servicios de Socorrismo	22
Gerentes y Administradores de empresas	11
Entrenadores y Preparadores físicos	7
Médicos	6
Comandantes - Jefes de Protección Civil	4
Ingenieros técnicos	4
Bomberos	3
Enfermeros	3
Fisioterapeutas	2
Policías	2
Periodistas	1
Rescatadores de Salvamento Marítimo	1

TITULACIONES DE LAS PERSONAS ADHERIDAS	NÚMERO
Grados y Licenciados en CC de la Actividad Física, Educación Física, Deporte y Cultura Física	53
Técnicos Superiores	32
Doctores	25
Licenciados en Medicina	9
Grados en Ciencias del Mar y Licenciados en CC Ambientales	6
Ingenieros	6
Grados en Enfermería	5
Licenciados en Psicología	4
Grados en Fisioterapia	2
Grados y Licenciados en Derecho	3
Licenciados en Periodismo / Licenciados en Publicidad y RRPP	3
Grados en Recursos Humanos y CC del Trabajo/Licenciados en Seguridad Laboral, Protección Civil y Emergencias	2
Licenciados en Filosofía/Licenciados en Gestión Educativa	2
Licenciados en CC Económicas y Empresariales	1
Licenciados en Educación - CC Naturales	1
Grados en Seguridad y Ciencias Policiales	1
Grados en Turismo	1

open-water recreational safety messages. International Journal of Aquatic Rescue and Education, 5, 251-70.

Moro, T. (2007). Utopía. Buenos Aires. Gradifco.

Palacios, J. (2018). Investigación en prevención y rescate: novedades que apuestan por la calidad. II Congreso de Seguridad y Prevención en el Litoral de Canarias. Santa Cruz de Tenerife (Tenerife), 6 y 7 de noviembre de 2018.

Palacios, J. y Barcala, R. (2012). Prevención de accidentes acuáticos y ahogamientos. EmásF (HTTP://emasf.webcindario.com), año 4, nº 19, noviembre-diciembre, 50-64.

Palacios, J. y Costas, J. (2019). Estudio sobre las intervenciones reales de los guardavidas en espacios acuáticos naturales. En Palacios, J. et al. Gran Canaria - III Congreso Internacional - V Congreso Nacional de seguridad, emergencias y socorrismo. La calidad desde la prevención y la primera intervención. Santiago de Compostela. Lau Creaciones Publicaciones Didácticas.

Szpilman, D.; Barros, R.; Mocellin, O.; Webber, J. (2018). Is drowning a mere matter of resuscitation? RESUSCITATION, 129 (2018), 103-106.

Szpilman, D.; Bierens, J.; Handley, A.J. y Orlowski, J.P. (2012). Drowning. New England Journal of Medicine, 366: 2102-10.

Szpilman, D.; Tipton, M.; Sempsrott, J.; Webber, J.; Bierens, J.; Dawes, P.; Seabra, R. Barcala, R.; Queiroga, AC. (2016). Drowning timeline: a new systematic model of the drowning process. Am J Emerg Med. 2016 Nov; 34 (11): 2224-2226.

Szpilman, D.; Webber, J.; Quan, L.; Bierens, J.; Morizot, L.; Langendorfer, S.J.; Beerman, S.; Løfgren, B. (2014). Creating a Drowning Chain of Survival. Resuscitation. 2014 Sep; 85 (9):1149-52.

World Health Organization (2017). Preventing drowning: an implementation guide. Geneva, Switzerland. WHO Press, World Health Organization.

World Health Organization (2014). Global report on drowning: preventing a leading killer. Geneva, Switzerland. WHO Press, World Health Organization.

World Health Organization (2008). World Report on Child Injury Prevention. Geneva, Switzerland. World Health Organization and UNICEF.

#### **Páginas web de interés:**

<http://www.adeac.es>  
<https://www.aguasmaseguras.org>  
<http://www.ahogamiento.com>  
<http://www.banderaazul.org>  
<https://www.cercp.org>  
<https://circulodegestores.com/revista-deporcam>  
<https://www.heart.org>  
<https://public.wmo.int/en>  
<https://www.sobrasa.org>  
<https://www.who.int/es>

 **FieldTurf**<sup>®</sup>  
A Tarkett Sports Company



# LÍDER MUNDIAL EN SOLUCIONES DEPORTIVAS.

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



**Álvaro Fernández-Luna**  
 Profesor de Gestión Deportiva  
 Universidad Europea

# LOS ESPORTS EN ESPAÑA ¿UN VALOR SEGURO?

En la siempre interesante publicación sobre gestión deportiva Palco23, se publicó el siguiente artículo: “¿Generación Perdida de Fans? Dos de cada cinco jóvenes “pasan” del fútbol”. Este escalofriante titular (para algunos) escondía horrores más profundos, tales como que, según un estudio de la ECA, European Club Association, dos de cada 5 jóvenes de entre 6 y 24 años “odian o no tienen interés en el fútbol”. El texto incluye muchos datos curiosos, pero quizás el más interesante es la conclusión que la ECA realiza sobre la forma de consumir deporte: “El visionado lineal en televisión está cayendo, impulsado por esta generación, lo que obliga a clubes, competiciones y compañías audiovisuales a diseñar nuevas estrategias para captar este público”. Sobre este controvertido asunto, el profesor Carles Murillo apuntaba en Twitter “¿Se habrán pasado los jóvenes a los eSports?”.

Para dar respuesta a este ilustre investigador y docente de gestión, sí, me temo que de nuevo voy a hablar de eSports, pero esta vez con más conocimiento de causa respecto a aquel artículo primigenio de hace dos años titulado “San Junípero” (Deporcám nº36). La razón es que, dentro del equipo de gestión deportiva de la Universidad Europea, hemos tenido el privilegio de comenzar a investigar en esta nueva área de conocimiento, estableciendo como primer proyecto un estudio cualitativo con 10 entrevistas a informantes claves del sector. Entre estos informantes se encuentran ejecutivos de competiciones europeas y de los tres

equipos más importantes de España, agencias de marketing y consultoría, patrocinadores y directores de academias. Por ello, **me gustaría compartir algunas reflexiones sobre su situación económica en España como anticipo al informe ejecutivo completo que será publicado a finales de este año.**

La primera y más importante es que los eSports, desde el punto de vista económico y a pesar de su continuo crecimiento en audiencias e ingresos, son una industria en un estadio (podríamos llamarlo) embrionario. Incluso generando 1100 millones de dólares de beneficio a nivel global, 312 en Europa, casi un 60% de estos ingresos provienen del patrocinio (Newzoo, 2020). Por ello, los próximos años son clave para sentar unas bases estructurales de negocio sólidas. En ese brete se encuentran **los clubes españoles** que, como argumentan sus ejecutivos, reciben la mayor inyección económica a través de los patrocinios, llegando a constituir el 80-90% de la financiación total del club. No obstante, nuestros entrevistados también mencionan otras vías de ingresos:

*“Hablando de manera generalista, (nuestra principal fuente de ingreso) son los patrocinadores (...) A día de hoy los clubes están recibiendo unos ingresos mínimos por los derechos de imagen. Otras líneas como merchandising o producción de productos propios, o licenciamiento de la imagen del club o de sus activos para la creación de productos por parte de terceros.*





*Respecto a los premios, es una fuente de ingresos relevante cuanto más pequeña es la estructura del club”.*

Por tanto, no es cierto aquello tan mencionado durante la cuarentena de que los eSports son el deporte más seguro ante los efectos de la pandemia, al menos en lo económico, por su gran dependencia del patrocinio. Al igual que en otros deportes, muchas marcas patrocinadoras van a replantear su estrategia en el nuevo contexto socio-económico y es posible que muchas se alejen de los eSports. Sin embargo, como puede observarse en la siguiente cita de un entrevistado perteneciente a un club, estas entidades son conscientes del problema y están potenciando otras vías de ingreso como la creación de merchandising en colaboración con grandes marcas deportivas globales:

*“(…) dependiendo de la marca que tengas, si tienes una marca fuerte puedes desarrollar un merchandising fuerte, en nuestro caso es así. Nosotros somos de los clubes, o uno de los dos clubes que más merchandising vendemos en España. Como merchandising nosotros entendemos todos los productos que van con la marca, por ejemplo, camisetas de competición. Toda la ropa de competición que se pone a la venta. Nosotros ahora mismo acabamos de firmar con (...) y entonces la ropa se está vendiendo súper bien”.*

De igual manera, los clubes más importantes de España siguen estando en manos de accionistas particulares, aunque no descartan la entrada de grupos de inversión siempre que no se pierda el control ejecutivo (Palco23, 2020). Todos los datos anteriores

deben llevar a la reflexión del futuro de los clubes de eSports en España, sobre todo en función de la posible disminución de ingresos por directos por patrocinio, provocada por la crisis económica en ciernes.

En este futuro económico incierto, son imprescindibles **los jugadores y jugadoras** que han alcanzado el estatus de profesionales con contrato, que muchos no poseían hace unos años en los albores de los eSports en España. Asimismo, además de sus funciones competitivas y de entrenamiento, existen plataformas web como “Twitch” donde los jugadores graban contenidos multimedia en directo y perciben unos ingresos extra en los que participa el club. Es por ello que los clubes, además de su vertiente deportiva, potencian que los jugadores se conviertan en creadores de contenido online como otra línea de financiación adicional:

*“Hay dos vías. Normalmente los jugadores son a su vez ‘streamers’ o generadores de contenido, aunque yo creo que no se puede generalizar. Habrá algunos que tengan ingresos fundamentalmente por su condición de jugador por el sueldo que perciben y los premios que ganen en competiciones, y habrá otros en el cual el peso estará más en el contenido que generan y por el sueldo o la remuneración que reciban de la plataforma para la cual generan esos contenidos, sea Twitch o sea Facebook Gaming”.*

Finalmente, el tercer elemento clave en los eSports desde el punto de vista económico son **las competiciones**. Respecto a su modelo de ingresos existen dos tipos de estructura, siendo la primera



abierta en las que los clubes compiten y progresan en función de sus méritos, perteneciente en mayor medida a la escena secundaria o amateur. Por otra parte, existe un segundo modelo basado en el franquiciado, con ligas cerradas a nivel nacional e internacional donde cobra importancia la figura del “publisher” o dueño del juego (franquicia) que establece un “fee” o cuota de participación. A esto habría que sumar unos ingresos comunes a los dos tipos de competiciones que son los derechos de retransmisión, los patrocinios y el ticketing, en el caso de eventos presenciales.

La contraprestación que dan generalmente los organizadores de competiciones a los clubes se basa en, además de los premios, una mayor visibilidad y alcance. Pero en la mayoría de casos no comparten los beneficios con ellos, y sólo se contempla esta opción como pago por derechos de imagen de clubes o jugadores. En este caso existe controversia entre los entrevistados que apuestan por un modelo de franquicias (modelo americano), mientras que a otros les gustaría una estructura de ligas abiertas como en muchos deportes tradicionales en Europa. Esto es un indicio más de la enorme diversidad del sector y de cómo todos sus agentes dependen al 100% del dueño del producto o “publisher” y de las opciones competitivas que ofrece. A modo de ejemplo, hasta hace poco en la “Superliga Orange” gestionada por la LVP (Liga de Videojuegos Profesional), su juego más importante “League of Legends” tenía un modelo cerrado con 10 equipos, pero en la temporada 2020 por exigencia del publisher “Riot Games” se ha incluido una fase de ascenso-descenso, por la que un equipo

puede descender y ser suplantado por otro de la liga amateur, denominada “Circuito Tormenta”.

Para concluir, me gustaría incidir en que este artículo es un breve extracto de un informe en el que se tratarán otros temas organizativos, legislativos y sociales de la industria de los eSports en España. No obstante, puedo adelantar que una de las principales conclusiones de este documento es que los eSports son un negocio con mucho porvenir que va a afectar a las próximas generaciones de jóvenes, como intuye el profesor Carles Murillo. Y a pesar de su actual complejidad organizativa (que no olvidemos que también sufrieron muchos deportes en sus inicios), tiene una alta implantación social producida por la forma actual de consumir contenidos. Por ello, en lugar de responder a la difícil pregunta, añado otra a la del profesor Murillo: ¿llegará el día en que los eSports deban formar parte de las escuelas deportivas municipales?

## REFERENCIAS

Newzoo (2020). Global Esports Market Report 2020. Recuperado de: <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoo-global-esports-market-report-2020-light-version/>

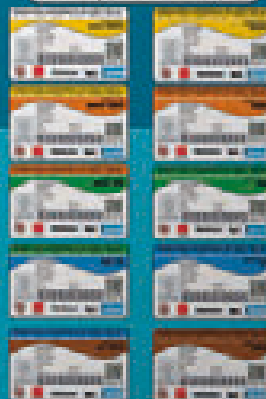
Palco23 (2020). ¿Quién es quién en el capital de los eSports en España?. Recuperado de: <https://www.palco23.com/clubes/quien-es-quien-en-el-capital-de-los-esports-en-espana.html#:~:text=El%20grupo%2C%20fundado%20por%20Sergio,del%20club%2C%20se%20mantienen%20como>



Comunidad de Madrid



PRACTICA TU DEPORTE FAVORITO, *FEDERADO.*



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

FEDERACIÓN MADRILEÑA DE JUDO Y DEPORTES ASOCIADOS

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

Federación Madrileña de Judo Y D.A.

Calle León, 59, 28670 Villaviciosa de Odón, Madrid



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



91 616 60 27



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



# POSIBILIDADES INFINITAS

Las decisiones que tomamos marcan la diferencia. En Matrix te facilitamos la elección de las soluciones adecuadas para ti, tu presupuesto, tu espacio y tus socios. Nuestras nuevas series de cardio son compatibles con cinco consolas totalmente reinventadas para obtener nuevas y emocionantes combinaciones de rendimiento, entretenimiento y conectividad. Cuando se trata de lograr tus objetivos, es fácil escoger Matrix y saber que has elegido adecuadamente.

Explora todas las posibilidades en [matrixfitness.es](https://matrixfitness.es)

## MATRIX

Más información en: [info@jht.es](mailto:info@jht.es) | [matrixfitness.es](https://matrixfitness.es) | +34 914 885 525