PROTAGONISTAS
Cena Fundación Manu

PROVEEDORES
Mateu Sports

TENDENCIAS
Tenis: estilos y colores

EDICIÓN #18
REVISTA

ad

deportes+actores+negocios

RESILIENTES

AGUA Y AIRE

Pilar Geijó y Braian Toledo son dos de los jóvenes talentos con más presente y proyección dentro del deporte argentino. Cómo entrenan, qué objetivos se plantean, quiénes respaldan su trabajo. Natación, jabalina y un mundo de superación por descubrir.

Productos | Noticias | Coaching | Infraestructura | Relacionamiento

- Auxiliar de abordo
- Servicio de Cafetería
- Desayuno
- Aperitivos
- Cena
- Bebidas a elección
- Conexión WiFi

Chevallier

División Congresos y Convenciones

- Charters • Traslados •
- Transporte de Cargas •
- Tickets Congreso •
- Alojamiento y Excursiones •

congresos@nuevachevallier.com

Chevallier

Generando Encuentros

VENTA DE PASAJES ONLINE

COMPRA ONLINE • IMPRIMI • EMBARCA DIRECTAMENTE •

www.nuevachevallier.com

SEA PARTE DEL PROYECTO SOCIAL-DEPORTIVO MÁS PRESTIGIOSO DEL PAÍS.

DESARROLLAMOS UN CANAL INCLUSIVO

Para la comunidad de empresarios, directivos, profesionales y líderes de opinión de la industria deportiva argentina y sectores afines.

Revista ad
Comunidad on line
Relacionamiento 360°
Desarrollos especiales

Contáctenos para saber cómo llegar a los decisores de la industria, generar relacionamiento y nuevas oportunidades.

www.estiload.com

estiload

ad
deportes+actores+negocios

Revista ad
deportes+actores+negocios
Año V / Número XVIII
Invierno 2013

Director
Sergio G. Puente

Colaboradores
Dunkan Iknatio, Marcelo Dalla Torre
Alejandro Arnáez, Darío Gaiardo
Jimena Martínez, Carlos Ferretti
Daniel Fernández

Arte + Diseño
Verónica Costa
Mariano Vallina

Foto de tapa
Ezequiel Pontoriero

Online
Guillermo Riera
Leo Fishman

News digital
Fabián Alvarez
Underbit

Marketing
María Eugenia Pierri

Legales
Estudio Monner Sans

Contacto
info@estiload.com

Dirección
Fray Luis Beltrán, 207 1 C
C1406BFA - Buenos Aires
T. 11 5455 9620
www.estiload.com

Registro Nacional de la
Propiedad Intelectual N° 889934

Revista ad es propiedad de Sergio G. Puente
Todos los derechos Reservados. Prohibida su reproducción total o parcial.
Impresión y Encuadernación: RCH Impresores S.A.

Los comentarios y opiniones expresados en notas y publicidades, son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión de los editores.

Foto: Ezequiel Pontoriero

EDITORIAL

Aprender a ganar

Cuando en unos instantes se encuentren leyendo la nota de tapa de esta edición de **Revista ad**, encontrarán una frase de Pilar Geijó que aún hoy me sigue dando vueltas en la cabeza *"Cuando aprendí a perder, aprendí a ganar. Y a disfrutar lo que hago"*. Palabras más, palabras menos, ese es el mensaje que esta nadadora de aguas abiertas, capaz de terminar una carrera de casi ocho horas con un desgarro en su brazo; elige transmitir.

Y qué contar de Braian Toledo, quien con toda su juventud y humildad a cuestas, desafía todo tipo de condicionamientos para enfrentarse a los mejores del mundo en Juegos Odesur, Panamericanos, Olímpicos y series Mundiales. Con su jabalina y un pequeño (en cantidad, inmenso en calidad humana) grupo que lo acompaña alrededor del mundo. Desafiando a rivales que muchas veces hasta duplican su edad.

Quizás por esto también nos llamó la atención la auto referencia de Pilar, que aplicamos también a Braian, para titular esta nueva edición: Resilientes. Sobreponerse a la adversidad, dar siempre un poco más, resistir y lograr los objetivos cuando otros bajan los brazos. Impresionante mensaje que ellos transmiten a diario, por agua y aire, en la soledad de sus entrenamientos y en el momento de la competencia.

En cualquier disciplina, el primero siempre es uno solo. Al podio suben tres generalmente y en algunas competencias se entregan menciones de reconocimiento. Pero son muchísimos los que gracias al deporte, se forman como seres humanos. Como personas de bien, gracias al trabajo en equipo, la disciplina y los valores que se transmiten desde un campo de juego, natatorio, pista de atletismo, etc, etc.

Por todo esto, demos siempre lo mejor de nosotros, reinventémonos día a día, apliquemos actitud y esfuerzo a lo que hacemos. Así, seguramente, seamos los primeros, segundos, terceros o novenos; estaremos construyendo y agregando valor a nuestra sociedad.

¡Hasta la próxima!

Sergio G. Puente
Director
sergio@estiload.com

SUMARIO #18

30

NOTA DE TAPA

30-36: RESILIENTES

La cita era a las 10 hs. en el CENARD, lugar que tanto Pilar como Braian conocen muy bien por entrenar regularmente y prepararse allí para las competencias que enfrentan. Dos fotógrafos, periodista y editor, agencia de prensa, entrenadores, sponsors y ellos. Un verdadero equipo humano interesado en contar sus historias.

Historias de sacrificio, humildad, trabajo y soledad en muchas oportunidades. Sus deportes no son por equipos y la soledad muchas veces se convierte en uno de los obstáculos principales a superar. Disciplinas deportivas no tradicionales en nuestro país (sobre todo la jabalina), que nos abren la puerta a un mundo de superación por descubrir. Carreras de 88km en aguas abiertas; jabalinas lanzadas a casi 90 metros de distancia en juveniles y más de 75 metros en Londres 2012. Entrenamientos y competencias terminadas con el último hilo de aire que queda en los pulmones. RESILIENTES: Agua y Aire.

EDICIÓN #18
REVISTA

ad
deportes+actores+negocios

PROTAGONISTAS
12. Cena Fundación Manu / Mágico y solidario
16. Racing amateur / Semillero académico

RELACIONAMIENTO
20. Eventos ad / IV Desayuno de la Industria Deportiva
22. Eventos ad / IV Encuentro de Ejecutivos by ad

PROVEEDORES
24. Mateu Sports / Legado familiar

NOTICIAS
28. Nike / Gillette / FOX International Channels / Mormaii / Weber / Rexona / Buenos Aires Football

INFRAESTRUCTURA
38. Arq. Daniel Fernández / Gestión de Instalaciones Deportivas

COACHING
42. Lic. Jimena Martínez / De la información a la acción

EVENTOS
46. Carlos Ferretti / Gustos y necesidades

TENDENCIAS
50. Alejandro Arnáez / Tenis: estilos y colores

SALUD
54. Darío Gaiardo / Peligro: sedentarismo

CLICK
58. **Head** / Graphene Speed Pro

UNION PACIFIC
SUNGLASSES
Agradecemos a:
La Becasina

MÁGICO Y SOLIDARIO

Participamos de la cuarta edición de la **Cena Benéfica de la Fundación Manu Ginóbili.** Se recaudaron 1.083.000 pesos y dejó al descubierto (un vez más), el inmenso corazón y la sensibilidad de Manu, de su familia y de todo el equipo humano que lo rodea.

*El evento contó con la conducción de Leo Montero y Guillermo "El Pelado" López. Lo recaudado será donado inicialmente a la **Asociación Nacer** de ayuda al prematuro y el **Hospital Municipal de Bahía Blanca.***

Una noche imborrable, no sólo por la presencia del mejor jugador de básquet argentino de todos los tiempos, sino por la calidez del evento, su organización, su objetivo benéfico, y la presencia de otros "monstruos" amigos de Manu, como "Luifa" Scola y Pepe Sánchez, entre otros.

El evento desarrollado en el Gran Salón del Hotel Panamericano, contó con la conducción de Leo Montero y Guillermo "El Pelado" López y superando todas las previsiones recaudó 1.083.000 pesos, que serán donados inicialmente a la Asociación Nacer de ayuda al prematuro y el Hospital Municipal de Bahía Blanca. Como la suma final excedió ampliamente lo esperado (en 2011 se habían recolectado 417.000 pesos), desde la organización comentaron que se agregarán más instituciones que serán favorecidas y respaldadas.

MÁGICO Y SOLIDARIO

Subasta y espectáculo

El actor y comediante Martín Bossi animó la velada con un impecable show de música y humor que deleitó a las 380 personas presentes. Pero antes y después de su presentación, se subastaron artículos de incalculable valor para los amantes del deporte: una remera firmada por Juan Martín Del Potro y Roger Federer, otra autografiada por Diego Maradona, una raqueta de Rafael Nadal, una casaca de New York Knicks de Pablo Prigioni, una pelota firmada por Magic Johnson, guantes de Sergio "Maravilla" Martínez, botines de Lionel Messi, la última camiseta que usó Manu en la Selección argentina (Londres 2012) y la última que usó en las recientes finales de la NBA.

También se subastó una foto ampliada y encuadrada firmada por Tim Duncan, Tony Parker y Gregg Popovich tras el último anillo conquistado con San Antonio y un cuadro de cerámica del artista Domingo Alagia que retrataba a Ginóbili festejando.

Sobre el final de la noche y ya con Manu como tercer animador, se remató un viaje a los Estados Unidos para ver dos juegos de Spurs, con estadía incluida, pasajes, visita al vestuario, zapatillas y cena privada con el astro argentino y su esposa, para los afortunados ganadores.

Impecable de inicio a fin, como suelen ser estas veladas y también la Maratón que se organizó días después en Bahía Blanca. Demostrando una vez más que la Generación Dorada, con Manu a la cabeza, tienen mucho para dar dentro y fuera de las canchas.

***Entre los artículos subastados se destacaron** una foto ampliada y encuadrada firmada por Tim Duncan, Tony Parker y Gregg Popovich tras el último anillo conquistado con San Antonio; un cuadro de cerámica del artista Domingo Alagia que retrataba a Manu festejando; y un viaje a los Estados Unidos para ver dos juegos de los Spurs.*

SENTITE CADA DÍA MEJOR

EL EJERCICIO Y EL RELAX SE FUSIONAN

U Gym & Spa ofrece una experiencia exclusiva para hombres y mujeres, con un programa de bienestar personalizado. En un lugar único del microcentro de la ciudad, el Plaza Hotel Buenos Aires. Para los que quieren cuidarse y sentirse cada día mejor.

PLAZA HOTEL
BUENOS AIRES

Plaza Hotel / Florida 1005 - 1er piso
4318 3094 / plaza@uclubs.com.ar
www.uclubs.com.ar

SEMILLERO ACADÉMICO

El Departamento de Fútbol Amateur de Racing Club A.C, funciona desde el día en que la institución de Avellaneda se vio fundada. Así inicia esta charla **Ignacio Santos, Gerente del área,** quien nos cuenta el trabajo estratégico que diariamente llevan a cabo para promover la formación de futuros talentos.

Por Marcelo Dalla Torre

No quedan dudas. El término "Amateur" solo tiene una connotación histórica y remite a que los jugadores partícipes de sus actividades, no son profesionales. Y así lo explica **Ignacio Santos, Gerente del Departamento de Fútbol Amateur en Racing Club A.C,** al referirse a la función diaria del área que lidera: "Nuestra estructura está muy alejada del amateurismo y cada vez se profesionaliza más. En la actualidad es uno de los sectores del club con más cantidad de empleados y un área muy sensible, ya que trabajamos con jóvenes y niños que son el patrimonio más importante de la institución a mediano plazo".

Se trata de un sector que trabaja en equipo mediante un coordinador operativo para Fútbol Juvenil, otro para Fútbol Infantil, la responsable de la Casa Tita (que es especialista en psicología en el deporte) y una secretaría de legales y administración. Asimismo, existe una gran interacción con todas las áreas del club. "Trabajamos junto al Departamento Médico (Médicos y Kinesiólogos), el Departamento Psíco-social (Psicólogo, Asistente Social y Escolar, y Nutricionista) y también con el Departamento de Marketing para la Plataforma Deportiva, con el Departamento de Finanzas para el presupuesto y las operaciones económicas, con el Departamento de Filiales para coordinar las pruebas de jugadores por todo el país, y con el Departamento del Hincha sobre la identidad de nuestros jugadores".

La estructura del Departamento está muy alejada del amateurismo, y cada vez se profesionaliza más. En la actualidad es uno de los sectores del Club con más cantidad de empleados y un área muy sensible, ya que trabaja con jóvenes y niños que son el patrimonio más importante de la institución a mediano plazo.

SEMILLERO ACADÉMICO

La generación de nuevos ingresos para el Club, las Pasantías Deportivas, las Academias de fútbol y la creación del Departamento de Captación de Talentos dentro de la estructura deportiva, son algunos de los objetivos cumplidos por el Departamento de Fútbol Amateur de la Academia.

Pasantías, clínicas y escuelas

Entre los principales proyectos del Departamento se realzan las pasantías deportivas que ofrece el Club. "Son programas de entrenamiento diseñados para jugadores extranjeros amateurs, de 12 a 17 años, que quieran vivir una experiencia deportiva de elite en uno de los clubes más prestigiosos de la Argentina en cuanto a formación de talentos". Desde que se lanzó este programa, en 2012, el club ha recibido jóvenes de Venezuela, Colombia, Perú y Estados Unidos, explica Ignacio. Y agrega: "El programa de pasantías deportivas se encuentra dentro de una plataforma más amplia que fue dada a conocer en la última edición de Soccerex (la feria más importante de sport business del mundo) y que incluye otras dos iniciativas: las clínicas de fútbol y las escuelas de fútbol en el exterior (Academias de Fútbol en formato franquicia)".

Desde un plano técnico, la parte deportiva depende de su coordinador Fabio Radaelli. "Ellos se ocupan del trabajo de campo. De la línea de cal para afuera, es nuestra responsabilidad encargarnos de que ellos puedan tener a los chicos en condiciones y al recurso humano capacitado para tan importante tarea: la de formar jugadores de alto rendimiento".

Balance profesional

Entre algunos de los objetivos alcanzados hasta el momento, Ignacio enumera: "La generación de nuevos ingresos al club, además de las pasantías y las Academias de fútbol que nos permitieron generar utilidades en un área en la que solo se invertía para poder promocionar jugadores a la Primera División, y luego ser vendidos. A la vez, hemos creado el Departamento de Captación de Talentos dentro de la estructura deportiva, que nos permite hacer un "barrido" de todo el territorio nacional, buscando nuevos talentos para nuestras divisiones inferiores. También, hemos presentado por primera vez en la historia del club un Plan Estratégico de Fútbol Amateur para los próximos tres años".

No obstante, la lista parece expandirse hacia un futuro próximo. La reestructuración del sistema de trabajo en utilerías y lavadero, y la creación de un Departamento de Fútbol internacional para ubicar jugadores de las divisiones juveniles en otros mercados, son algunos de los proyectos a partir de los cuales, y paradójicamente, el amateurismo en Racing es planeado y encarado desde la senda de la profesionalización.

"Las Pasantías Deportivas son programas de entrenamiento diseñados para jugadores extranjeros amateurs, de 12 a 17 años, que quieran vivir una experiencia deportiva de elite en uno de los clubes más prestigiosos de la Argentina en cuanto a formación de talentos" Ignacio Santos, Gerente del Departamento de Fútbol Amateur de Racing Club A.C

園
Jardín Japonés
RESTAURANT

ad
deportes+actores+negocios

IV DESAYUNO DE LA INDUSTRIA DEPORTIVA

Fotos: Javier López

Realizamos un nuevo desayuno, orientado a generar relacionamiento entre los principales actores de la industria deportiva nacional. Asistieron ejecutivos de empresas, organizaciones, fundaciones y áreas de gobierno, vinculadas al deporte.

Queremos agradecerle su presencia a los representantes de Alto Paraná Maderas, Deloitte, Depende Comunicación, Deporte y Empresa, ESPN, Fundación Manu Ginóbili, Grupo Concepto, La Postal, Later-Cer, Mapre, Markem-Imaje S.A, Olé, Racing Club A.C, Radio Palermo, Secretaría de Deportes PBA, TMX Team y Weber, entre otros profesionales de la industria como Juan José Moro, Agustín Domínguez y Alejandro Arnáez.

Agradecemos también la presencia y las experiencias compartidas por los disertantes de la **Fundación Fútbol Para el Desarrollo** (FUDE), **Fabián Ferraro** (Fundador); **Felicitas Castrillón**, Gerente de Comunicaciones para América Latina de **Nike**; y **Alfredo Pagano**, Responsable de la Unidad RSE de **Deloitte**.

Durante la jornada se brindaron detalles acerca de la historia, actualidad y particularidades del trabajo realizado por FUDE en el oeste del conurbano bonaerense, utilizando el fútbol como herramienta para generar mayor inclusión y bienestar.

Además, se realizó una interesante puesta en común entre los asistentes, que desde su segmento dentro de la industria deportiva manifestaron su visión en cuanto a este desarrollo y sus experiencias del día a día.

Como cierre, queremos agradecerle a **Deloitte, Megatlon, Weber, Chevallier y FiberCorp**; por acompañarnos en esta y otras iniciativas. Su apoyo es vital para que podamos seguir ideando y desarrollando canales y espacios de encuentro entre los actores de la industria deportiva y sus sectores afines.

Los invitamos a estar atentos a próximas convocatorias, dado que estos eventos están pensados bajo un modelo de **relacionamiento 360**, para que todos los asistentes puedan llevarse nuevos conocimientos y nuevas oportunidades de negocios.

Más fotos de este evento en www.facebook/estiload

IV ENCUENTRO DE EJECUTIVOS

by ad

Jardín Japonés

Continuamos con la sana costumbre de reunir ejecutivos de empresas y organizaciones amigas, vinculadas a la industria deportiva local. Charlas amenas sobre negocios e iniciativas de cada uno de ellos, buenos vinos, quesos, el mejor sushi de Buenos Aires y... ping pong!!

Recibidos nuevamente por la hospitalidad característica de la gente del Resto Jardín Japonés, realizamos un nuevo encuentro de ejecutivos vinculados a nuestra industria, para pasar una amena velada e intercambiar información de los distintos sectores en los que nos movemos cada uno de nosotros.

Queremos agradecerle la presencia a los representantes del Bodega del Fin del Mundo, Correo Privado La Postal, Estudio Etéreo, Federación Argentina de Yachting, FiberCorp, Fundación Cultural Argentino Japonesa, ICBC, RCH Impresores y Vitec Systemas.

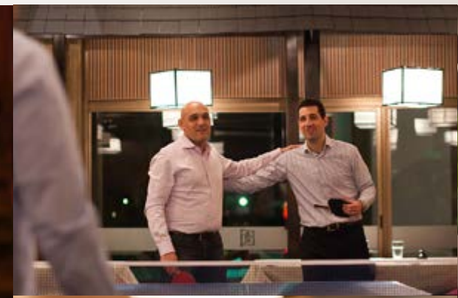
Nuevamente y gracias a la gente de Almar Table Tennis, pudimos divertirnos un buen rato jugando al ping pong, antes de pasar a la mesa. Nobleza obliga, hay que destacar la imbatible dupla FiberCorp / Vitec Systemas. Literalmente, se retiraron invictos!

Queremos agradecer también especialmente a la gente de Tregar y Bodega del Fin del Mundo que con sus exquisitos quesos y vinos de alta gama, respectivamente, agregaron valor a este evento.

Y luego sí, el mejor sushi de la ciudad de Buenos Aires. Las presentaciones en sociedad de cada uno de los asistentes y la certeza de haber generado un nuevo encuentro del cual, todos nos llevamos nuevos conocimientos y oportunidades, en un formato ameno, distendido y divertido.

Habrá más...a estar atentos!!

Más fotos de este evento en www.facebook/estiload



Fotos Javier López

LEGADO FAMILIAR

Mateu Sports es un tradicional comercio de la ciudad de La Plata, especializado en deportes. **Mauro Galdamez, Gerente de Producto de la firma,** repasa la historia de esta empresa netamente familiar que con cinco generaciones en sus filas y próxima a cumplir 110 años, representa un ícono dentro de la escena deportiva platense.

Por: Marcelo Dalla Torre

mateu SPORTS

Desde 1905

En 1905 con Juan Mateu como fundador, el negocio tenía formato de fábrica de alpargatas. No obstante, en 1930 es cuando Aurelio Mateu (hijo de Juan) le otorga la impronta de "casa de deportes", a la cual luego se incorpora su hijo Aurelio Alberto.

Cuenta la historia que fue ideado y construido a lo largo de varias generaciones por una familia platense, y que sus orígenes datan del año 1905. En ese entonces, con Juan Mateu como fundador, el negocio tenía el formato de fábrica de alpargatas. No obstante, en 1930 es cuando Aurelio Mateu (hijo de Juan) le otorga la impronta de "casa de deportes", a la cual luego se incorpora su hijo Aurelio Alberto.

En la década del 80 se une de manera activa a la gerencia del negocio Alberto Eduardo, hijo de Aurelio, quien tuvo la decisión y el coraje para dar un giro en el crecimiento de la empresa mediante la apertura de nuevas sucursales", cuenta Mauro Galdamez actual Gerente de Producto, tras remarcar la presencia de cuatro generaciones abocadas a la conducción de la firma.

Pero la sucesión de familiares que recrean la historia viva para Mateu Sports, no termina allí. Desde el año 2008, la quinta generación de la familia se ve representada en el negocio con la presencia de Mauro, hijo de Estela (hermana de Alberto) quien también cumple funciones administrativas en el negocio).

Originalmente el comercio estaba instalado en la calle 4, entre 46 y 47, para luego en 1967, trasladarse a la esquina de 4 y 47; en un local de tres plantas que en la actualidad funciona como casa matriz. Y si de presente hablamos, hoy en día Mateu Sports se ha consolidado como un comercio tradicional de la ciudad de La Plata.

LEGADO FAMILIAR

Pasado y presente

En poco tiempo la firma estará cumpliendo 110 años de historia ininterrumpida, siempre desarrollando su actividad en la ciudad de las diagonales. En este contexto y a modo de receta que pueda explicar semejante permanencia, Mauro confiesa: "Se logra mantener la vigencia, fundamentalmente por la visión y la capacidad de adaptación de las distintas generaciones que han conformado nuestro negocio con el devenir de los años".

La empresa cuenta actualmente con ciento treinta empleados y seis locales de línea Mateu Sports; más un negocio bajo la modalidad outlet, un comercio de moda deportiva (Aurelius) y el establecimiento adidas exclusivo de La Plata.

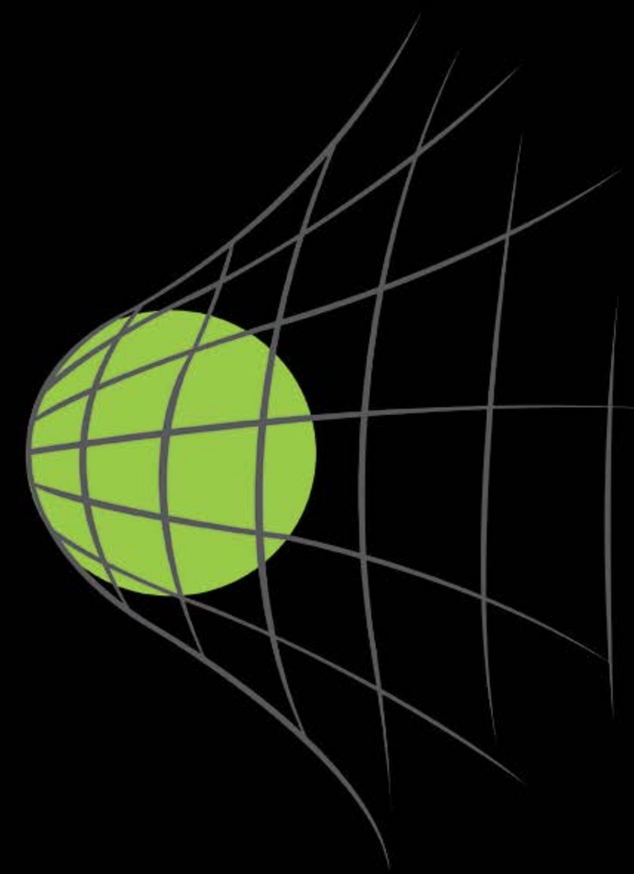
"Las marcas propias que hoy se venden son Team Gear y Rush Town. Las mismas son propiedad del grupo Red Sport, del que se forma parte desde sus inicios", expresa el Gerente de Producto.

De cara al futuro

A la hora de los balances en cuanto al mercado deportivo, Mauro comenta "hoy en día consideramos que el mercado se ha agrandado para las marcas del sector. En especial desde que las mismas incursionaron en la moda deportiva, ya que la gente no sólo utiliza jeans con zapatillas y camisa. Vestirse con calzado y remera de marca deportiva, ahora también está bien visto. Esto, sin dudas, abrió un nuevo mercado en los últimos años para todos los players del rubro. A su vez, el fuerte apoyo de las marcas en el mundo informático y en la comunicación, ayudan a que la gente tenga en sus mentes una fuerte presencia de las mismas. Los grandes eventos deportivos, de la mano de la televisión, también ayudan a la visibilidad". Y agrega: "Además, a nivel local, es importante no olvidar que esta industria del calzado e indumentaria ha mejorado considerablemente el producto terminado que se ofrece".

En materia de expectativas para el negocio, Mauro explica: "Dada la situación del sector y los objetivos que nos planteamos para el 2013 (entre ellos, la apertura de un nuevo local) creemos que lograr un año en ventas similar a 2012, sería un balance positivo. Aunque por supuesto, uno siempre aspira a crecer".

En poco tiempo la firma estará cumpliendo 110 años de historia ininterrumpida, siempre desarrollando su actividad en la ciudad de las diagonales.



Alcance el éxito.

Ganar es un estado de ánimo o más concretamente, una mirada que brinda una estructura para hacer frente a los desafíos del entorno empresarial. Nuestro enfoque ganador destaca objetivos y respuestas a acciones de negocio que lo ayudarán a lograr su objetivo.Tome la iniciativa en www.deloitte.com/ar

© 2012 Deloitte Touche Tohmatsu Limited

Deloitte.

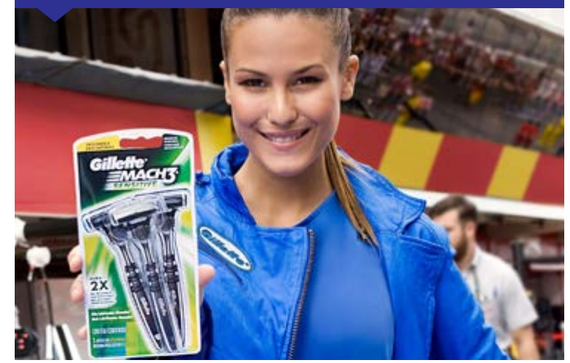
MÁXIMA FLEXIBILIDAD

Nike Free es el calzado para corredores que entrega una pisada más natural y que desde su creación, evolucionó para siempre la forma de correr. La icónica zapatilla, que emula el correr descalzo, está disponible en Argentina en tres distintas versiones: Free 5.0, Free 4.0 y Free 3.0.

Como remarcan desde la pipa, los pies son parte fundamental del movimiento. Cuando pueden flexionarse, estirarse y ser ellos mismos, la tecnología natural con la cual todos nacimos simplemente actúa. Esta es la percepción que llevó a la creación de estas zapatillas y que actualmente continúa impulsando mejoras en su diseño.

Las principales características que han hecho de Free un producto ícono de Nike, son su horma articulada, que acompaña el movimiento del pie; la tecnología Flywire, que ofrece un soporte dirigido y ultra liviano que ayuda a mantener el pie cómodo y seguro; y su suela especial que asegura el movimiento natural de la parte media del pie.

Motivadísimos



Luly Fernández viajó junto a Gillette al circuito internacional de Montmeló (Barcelona). Objetivo: motivar a los hombres para afeitarse más rápido con la nueva **Gillette Mach 3 Desechable** inspirada en la velocidad, la precisión y la actitud ganadora de estas carreras. ¿Lo habrá logrado?

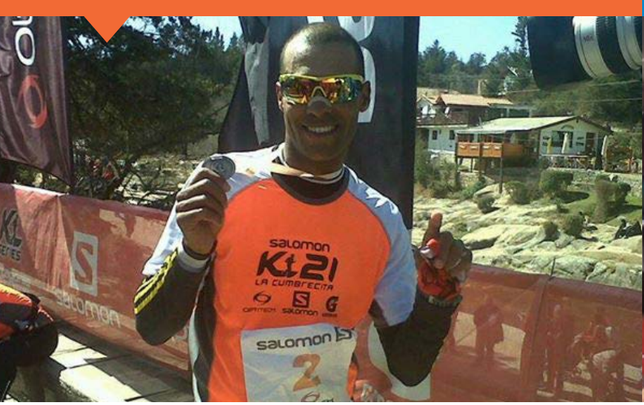
Cómo mencionan desde la empresa, al igual que en las pistas profesionales, para competir y salir a ganar en la vida se necesita el mejor equipo. Por eso, la mejor desechable de Gillette está diseñada con 3 hojas alineadas progresivamente para una afeitada más al ras. El producto parece ser muy confiable. Y si encima Luly lo recomienda...

Todo Fox por TECHO

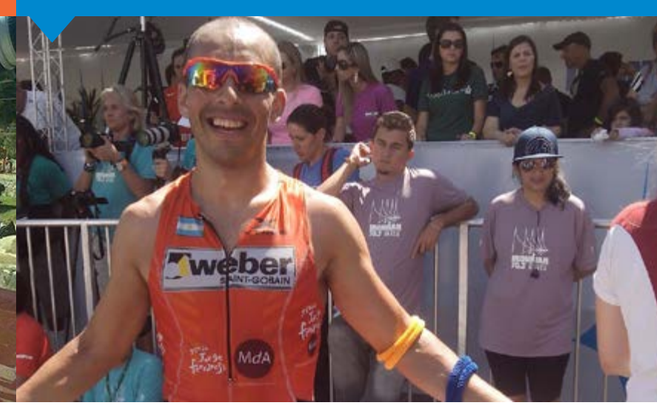
En el marco de su programa de RSE, **FOX International Channels Latin America** lanzó una **campaña multiplataforma** que apoya la labor de **TECHO**, organización presente en Latinoamérica que busca superar la situación de pobreza que viven miles de personas mediante la acción conjunta de pobladores y voluntarios.

Actores, deportistas, chefs, modelos y conductores protagonizan una serie de spots que serán transmitidos en toda la región a través de las señales del portfolio de canales, medios online y redes sociales.

Protegido | Leonardo Junior Da Silva , atleta de elite, sumó recientemente un nuevo auspiciante para acompañar su carrera deportiva: **lentes Mormaii.**



Al Mundial | Christian Améndola, triatleta argentino y embajador de la firma **Weber,** se clasificó para el Campeonato Mundial 2014 (Canadá), luego de quedar en el puesto 21 de la general en el Ironman 70.3 realizado en Brasil



Embajador | A un año de conseguir el oro olímpico **Sebastian Crismanich** hizo más y se animó a un entrenamiento exclusivo para la presentación del **nuevo Rexona Men.**

BAF | Matías Almeyda, Luciana Aymar, Paola Suárez, Luis Lobo y Federico Bruland, presentaron las nuevas Academias Deportivas de Buenos Aires Football.

"La resiliencia es la capacidad que posee un individuo frente a las adversidades, para mantenerse en pie de lucha con dosis de perseverancia, tenacidad, actitud positiva y acciones, que permiten avanzar en contra de la corriente y superarlas, para terminar fortalecido", puede leerse en http://www.pilargeijo.com/

RESILIENTES

AGUA Y AIRE

Fotos
Javier López
Ezequiel Pontoriero

Por Dunkan Iknatio | hanuk@outlook.com

Pilar Geijó y Braian Toledo son dos de los jóvenes talentos con más presente y proyección dentro del deporte argentino. Cómo entrenan, qué objetivos se plantean, quiénes respaldan su trabajo. Natación, jabalina y un mundo de superación por descubrir.

Hace un par de años se conoció el dato asombroso de una ballena que recorrió 9.800 kilómetros desde Brasil hasta Madagascar, siendo ésta la mayor extensión registrada para un mamífero de su clase. Sin embargo, el mamífero que más distancia nada es el elefante marino; recorre 21.000 kilómetros al año atravesando el Océano Pacífico y es capaz de sumergirse hasta 1.500 metros para bucear.

Pues bien, en el reino humano existen algunas pocas personas que también suman millas acuáticas desplazándose con el cuerpo en el medio líquido. **Pilar Geijó** es una de ellas, y si no es la mejor del planeta en la actualidad, es debido a una lesión reciente en el codo que la obligó a perderse de las competencias más importantes del calendario de la FINA (Federation Internationale de Natation).

Porteña, amante de la música, y nadadora de las "fuertes", nos reunimos con ella para preguntarle cuales son las razones que, por ejemplo, la llevan a nadar 88 kilómetros en el Río Paraná, en una de las carreras en la que es dominadora desde hace varios años. "Me dicen la Reina del Paraná", bromea Pilar sobre un título que le correspondería si en el agua se dieran las monarquías. "Son muchos kilómetros, pero me encanta nadar distancias largas", comenta asumiendo una preferencia que por otro lado, la privó de estar en los últimos Juegos Olímpicos pasados. La clasificación tenía más que ver con la velocidad y nuestra representante resultó ser Cecilia Biagioli.

"Ahora estoy mejorando el tema de la velocidad y estoy más cercana al nivel de Cecilia. Es una cuestión de preferencias y ajustar entrenamientos". Pilar no se lamenta por no haber sido parte de la fiesta londinense, es más, tampoco está hoy en su mente el próximo compromiso olímpico. "Prefiero trazarme los objetivos por año, y si me preguntas cuales son mis metas más cercanas, hoy te digo que son los Juegos ODESUR o los Panamericanos. Para los Juegos Olímpicos aún falta mucho".

RESILIENTES

AGUA Y AIRE

Buenos amigos

Desde la redacción nos planteamos la idea de entrevistar a Pilar y a **Braian Toledo** juntos, pero temíamos que no fueran los suyos caracteres compatibles y que las diferencias de disciplinas de una y otro tiraran por tierra nuestra idea. Por suerte Sergio, nuestro Director, hizo las averiguaciones del caso y para satisfacción general nos confirmó que eran muy buenos amigos.

"Pilar es muy amiga mía y es una de las pocas personas con las que tengo este tipo de relación acá (en el CENARD). Es que mi disciplina es muy individual y las amistades que se generan por ejemplo en los deportes de conjunto, en este caso no se dan", transmite Braian Toledo, quien no logró viajar al reciente Mundial de Rusia, hecho que lo afectó de alguna manera. "Nunca es lindo quedarse afuera de un evento así. Nos entrenamos muy duro con Gustavo (Osorio, su coach) durante todo el verano y físicamente estoy muy bien, pero en este nivel otras cosas también entran en juego al momento de rendir. El físico y la cabeza deben estar igual de bien".

A los 19 años, no es preocupante perderse un mundial. El pico de rendimiento de un lanzador de jabalina se da generalmente entre los 26 y 30 años. El ganador de la Medalla de Oro en los Juegos Olímpicos de la Juventud en Singapur conoce ese dato, pero no quiere dormirse en los laureles que también le otorgó su victoria en los Juegos Panamericanos de Guadalajara 2011. Por eso, se entrena a full para mejorar todos los días.

"Practico de lunes a sábado y empiezo a las siete de la mañana. Después del mediodía descanso y a las cuatro de la tarde vuelvo. Trabajamos con pesas y también hago un poco de lanzamiento de bala y disco". Braian vive en Marcos Paz, su ciudad de toda la vida, y hace sus prácticas en el club SAPA (Sociedad Atlética Pabellón Argentina) que lo vio crecer desde el primer momento que tuvo contacto con una jabalina. "Somos conscientes que hace falta un lugar adecuado para entrenar; sobre todo porque vemos en otras partes del mundo las estructuras con las que cuentan en cada disciplina". Su comentario no implica disconformidad alguna con el trabajo que realiza la Secretaria de Deportes y el ENARD. El es uno de los deportistas que más relacionado está con la prédica de ambos, pero se encarga de aclarar: "Yo trabajo para mi país, y la manera de hacerlo es mejorar día a día. Si el día de mañana el apoyo hacia el deporte cambia en algún sentido, seguiré haciendo lo mismo".

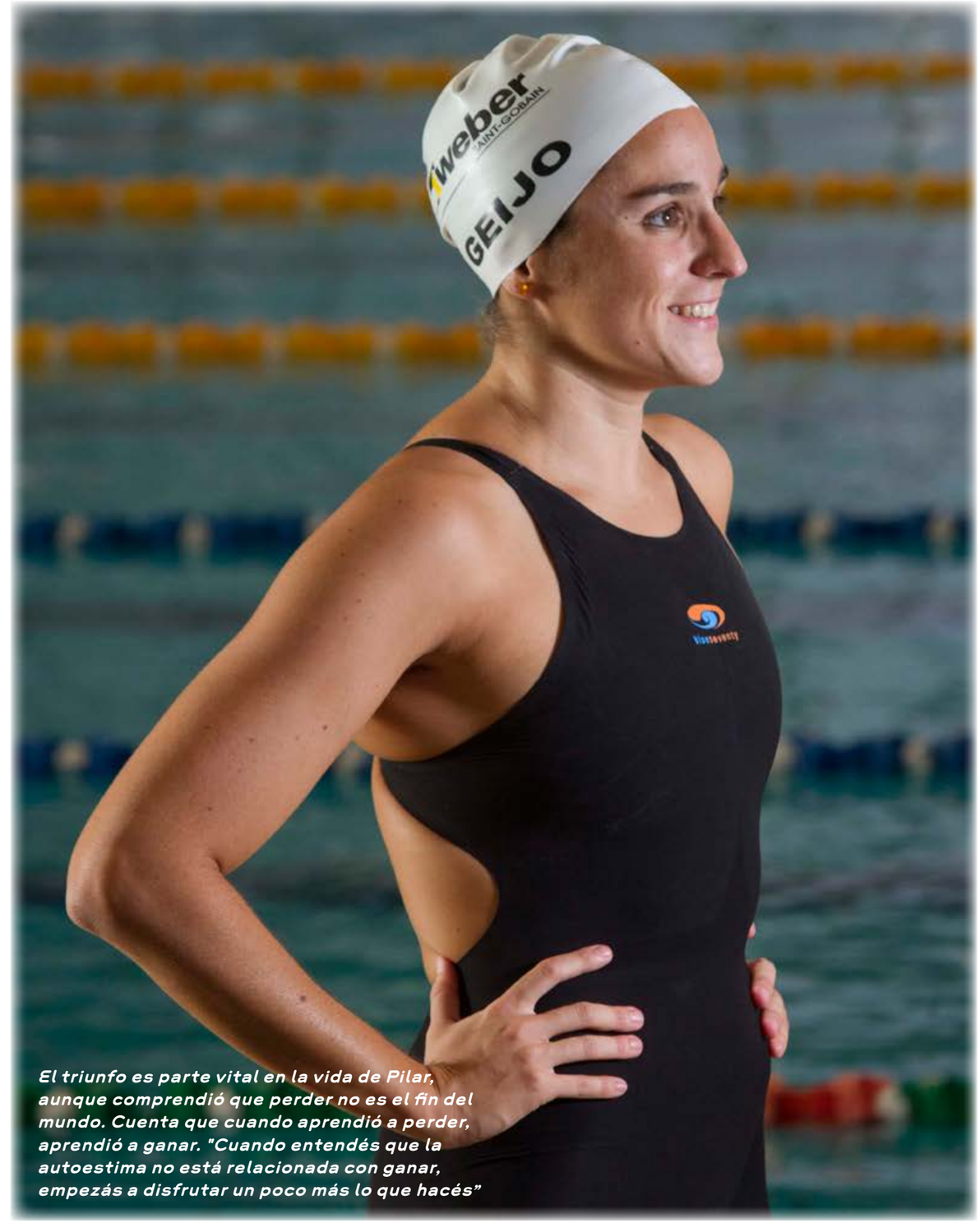
Largo alcance

Pilar entrena en horarios similares a los de Braian. Su entrenador es además su pareja actual, un hecho inusual que para ella no encierra extrañezas. "Somos una pareja absolutamente normal y es más, fuera de los horarios en los que entrenamos no hablamos jamás de natación. Tenemos sueños y nos complementamos perfectamente. Diego (Tricárico) sabe lo que es mejor para mi cuando se trata de nadar y yo le hago caso porque confío en su humildad y conocimiento".

Para una nadadora de distancias, entrenar en piletas no es algo que entusiasme. Sin embargo Pilar cumple con su tarea diaria esperando cada carrera como la última. "En las piletas chicas me molesta un poco porque enseguida tengo encima la pared, pero por suerte en River entreno en pileta olímpica. Por otro lado, suelo hacerlo con Julián Hassan, con quien compartimos muchos criterios y nos divertimos. Nadar fuerte me divierte mucho", sentencia la mejor nadadora de aguas abiertas del mundo en 2011, según el reconocimiento de la Asociación Mundial de Nado de Aguas Abiertas.

Pero más allá de lo placentero que le resulta nadar "fuerte", admite que con los hombres las cosas deberían separarse. "Me parece que las carreras deben hacerse por separado, muchas veces me encontré peleando por los primeros lugares de mi categoría con otras chicas, pero con un nadador en el medio que entorpecía nuestra performance. Por otro lado, los roces con los chicos existen y por naturaleza, suelen ser duros".

Porteña, amante de la música y nadadora de aguas abiertas, Pilar Geijó acostumbra nadar 88 kilómetros en el Río Paraná, en una de las carreras en la que es dominadora desde hace varios años. "Me dicen la Reina del Paraná", bromea con complicidad.



El triunfo es parte vital en la vida de Pilar, aunque comprendió que perder no es el fin del mundo. Cuenta que cuando aprendió a perder, aprendió a ganar. "Cuando entendés que la autoestima no está relacionada con ganar, empezás a disfrutar un poco más lo que hacés"

RESILIENTES
AGUA Y AIRE

Braian Toledo vive en Marcos Paz y practica en el club SAPA (Sociedad Atlética Pabellón Argentina), que lo vio crecer desde el primer momento que tuvo contacto con una jabalina. En 2010 lanzó 89.34 metros, superando por más de 15 al ruso Valeri Iordan, quien ostentaba ese récord entre los jóvenes.

Experiencias únicas

También en las competencias de jabalina existen roces. Si bien la rivalidad no se traduce en contacto físico, Braian admite que no son deseos de buena suerte los que se dan entre los lanzadores antes de cada ejecución. "Fuera de la competencia conversamos sin problema, pero en el momento de lanzar hasta hay insultos. Sobre todo en los certámenes sudamericanos, donde no me tienen mucha simpatía por haber ganado desde tan joven".

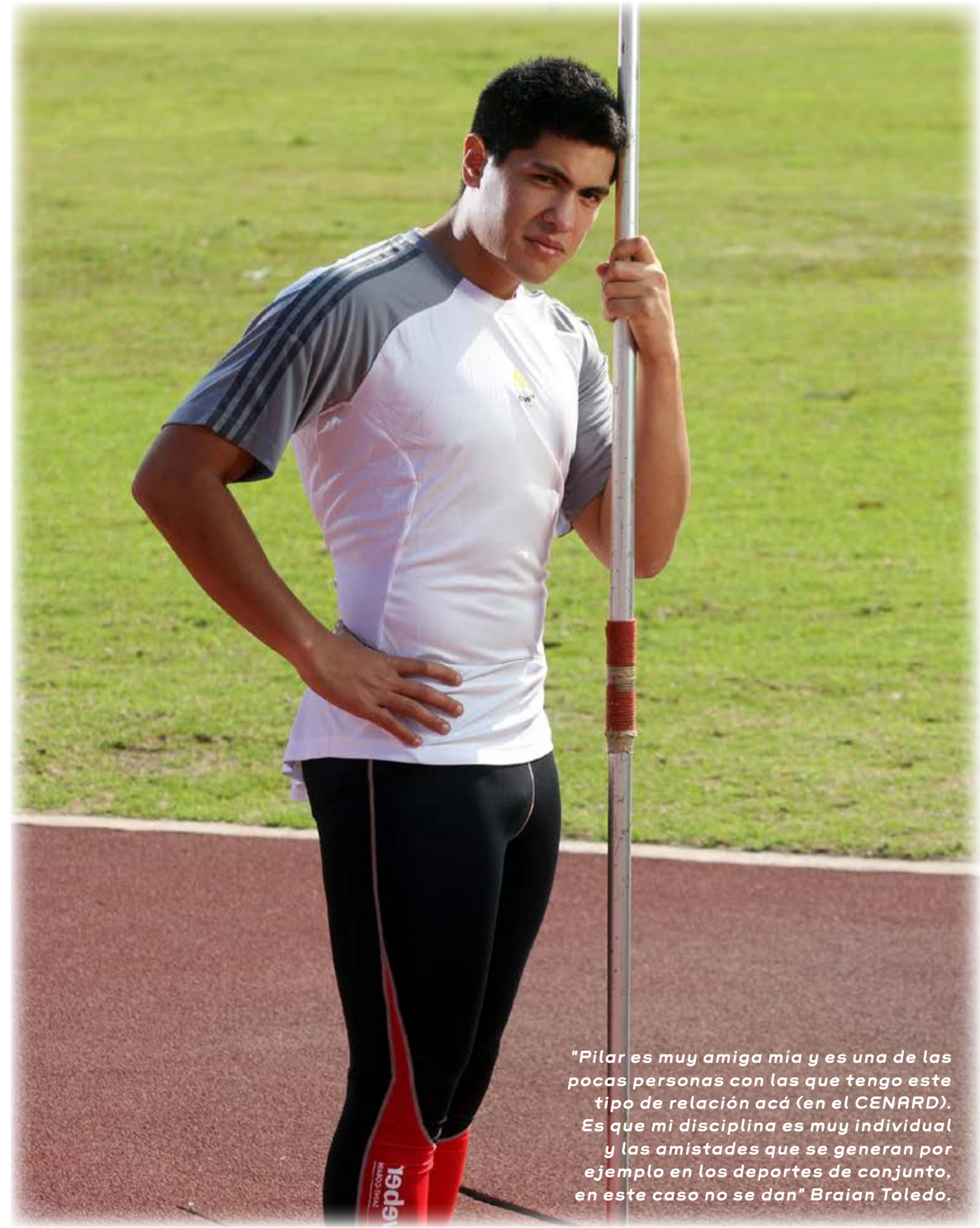
El hecho de haber sido parte de los Juegos Olímpicos en Londres sin tener la presión de competir por los primeros lugares, le dio a Braian la posibilidad de codearse con los mejores exponentes de la disciplina. Sin embargo, él argumenta que no tiene modelos a seguir dentro de su especialidad. "Si tuviera ídolos no me gustaría superarlos, y yo les quiero ganar a todos".

El instinto ganador prima en el atleta de Marcos Paz, que admite que por lo menos saluda a treinta vecinos antes de llegar al club. "Me quieren mucho en mi barrio y eso es algo muy importante para mí porque me paran para darme suerte y felicitarme; ¡Pero me tuve que comprar una bicicleta porque no llegaba a tiempo a los entrenamientos!"

Aprendiendo a ganar

El triunfo también es parte vital en la vida de Pilar, aunque ella comprendió que no era el fin del mundo si alguna vez perdía. En su página personal admite que "cuando aprendió a perder, aprendió a ganar". "Cuando entendés que la autoestima no está relacionada con ganar, empezás a disfrutar un poco más lo que hacés. Comprender esto me ayudó, entre otras cosas, a sobrellevar este desgarro que me dejará fuera de competencia por algunos meses. Somos muchas en el agua y gana solo una, por lo que ser primera es algo muy difícil". Lo dice ella, que lleva ganados cinco Gran Prix de la FINA en el Río Paraná, dos de la etapa canadiense y uno en México. Y que al cierre de esta edición de encontraba en el tercer puesto del Ranking Mundial de su categoría.

El brazo de Braian tampoco encuentra frenos inhibitorios en el aire y la reacción que generan sus lanzamientos suelen ser vuelos prolongados, como los de las aves que migran para hacer un paralelismo animal entre el principio y final de esta nota. El aire es su medio. Las braceadas de Pilar, en cambio, encuentran su desahogo en las aguas gélidas de Canadá o combatiendo las fuertes corrientes del Paraná. El líquido es su elemento. En uno u otro caso, ambos buscan trascender haciendo lo que aman. De eso se trata.



"Pilar es muy amiga mía y es una de las pocas personas con las que tengo este tipo de relación acá (en el CENARD). Es que mi disciplina es muy individual y las amistades que se generan por ejemplo en los deportes de conjunto, en este caso no se dan" Braian Toledo.

RESILIENTES

AGUA Y AIRE

El aire es el medio de Braian, el agua el de Pilar y ambos buscan trascender haciendo lo que aman. "De eso se trata", coinciden.

Anecdotario

Braian Toledo es amante de la música trans, se está interiorizando en sus primeras lecturas de medicina y es un gran dibujante. Por su parte, en el mundo culinario no hay nada más importante que el guiso de arroz con pollo que le prepara su mamá. Cambia la pizza, las milanesas y hasta el asado por ese plato. Tanto, que lo convenció al nutricionista para darse el gusto una vez a la semana.

Todas las carreras son duras, dice **Pilar Geijó**. Sin embargo, guarda en su memoria con absoluta claridad su primer triunfo en Canadá. "El agua estaba muy fría y estando primera empecé a sentir que ya no tenía respuesta. Entonces algo raro me pasó y fue la única vez. En la mente se me dibujo una situación, donde un barco se hundía y yo era la única en el agua que podía salvar a la gente. Con ese pensamiento pude terminar y ganar. Eso sí, cuando llegué me desmayé durante varios minutos".

Palmares

En 2010, **Braian Toledo** lanzó 89.34 metros, superando por más de 15 al ruso Valeri Iordan, quien ostentaba ese récord entre los jóvenes. Fue ganador de la Medalla de Oro en los Juegos Olímpicos de la Juventud ese mismo año, y en 2011 logró el bronce en los Juegos Panamericanos de Guadalajara. El año pasado obtuvo la medalla dorada en el Campeonato Iberoamericano de Atletismo, y la de plata en el Campeonato Mundial Junior de Barcelona. Finalizó 30º en Londres 2012 con una marca de 76,86 metros, habiendo viajado con el objetivo principal de ganar experiencia olímpica.

Pilar Geijó ganó cinco veces el Grand Prix - Paraná de la FINA nadando 88 kilómetros en poco más de ocho horas. En Canadá también subió al máximo lugar del podio, ganado las carreras de 2010 y 2011. El Traversée Internationale du Lac Memphrémagog, en Francia, y el Maratón del Golfo Capri-Napoli, en Italia, también son parte de sus logros.

PAUL RIVIERE
PARIS

Gestión de INSTALACIONES DEPORTIVAS

Los pilares más importantes de la economía del deporte son la práctica deportiva y los eventos deportivos. En ambos, la infraestructura tiene un papel fundamental: debe responder a exigencias de uso y reglamentarias, y muchas veces tiene un alto valor emotivo y emocional para quienes las usan o para la comunidad.

Por Arq. Daniel José Fernández | redconsultora.com.ar*

En general las entidades deportivas, públicas o privadas, carecen de una estructura organizacional dedicada a la gestión de la infraestructura y en caso de tenerla, se limita a un equipo de operarios multifunción dirigidos por un superior con alguna formación técnica o mayor antigüedad en el trabajo.

Son muchos los factores que requieren un tratamiento profesional en cada etapa de la gestión: planificación, proyecto, construcción y operación de la infraestructura.

En el mundo de la infraestructura deportiva, constantemente se suman nuevos desafíos y muchas veces se deben realizar cambios por modificaciones en los reglamentos, costumbres sociales o por lo temporalidad de los eventos.

Actualmente, los espacios deportivos (de alta o mediana competencia o recreativos) necesitan instalaciones permanentes o transitorias que demandan una gestión específica.

Por qué gestionar profesionalmente

La actividad en las entidades y centros deportivos es inestable y depende de factores de complicada programación. La capacidad ociosa de las instalaciones es un problema recurrente y la optimización del uso de las mismas es una herramienta decisiva para mejorar su rentabilidad.

Además, la conexión emocional y la experiencia e identificación de los usuarios es muy alta y por lo tanto, su relación con el edificio genera un vínculo de mayor pertenencia que con otras instalaciones.

Todos estos factores requieren un tratamiento profesional en cada etapa de la gestión: planificación, proyecto, construcción y operación de la infraestructura.

Cómo se hace habitualmente

En general las entidades deportivas, públicas o privadas, carecen de una estructura organizacional dedicada a la gestión de la infraestructura y en caso de tenerla, se limita a un equipo de operarios multifunción dirigidos por un superior con alguna formación técnica o mayor antigüedad en el trabajo.

Por otra parte, quienes programan las actividades y administran el uso de los espacios no suelen tener una comunicación fluida con las áreas de mantenimiento u operaciones.

Podemos entonces enumerar algunos problemas casi constantes:

- **Escasa participación de los responsables técnicos en los altos niveles de gestión**
- **Poco profesionalismo en la gestión de la infraestructura**
- **Mala programación en el uso de las instalaciones**

Todo esto se agrava cuando las decisiones programáticas están disociadas y no se incluyen en una planificación de mediano y largo plazo. Y la situación se complica aún más cuando las limitaciones inciden en áreas vinculadas con las operaciones. Esto es de muy fuerte impacto en los eventos deportivos.

Las consecuencias

Los problemas más sencillos están en la calidad del mantenimiento, las excesivas horas de uso, el alto índice de roturas y los malos servicios para los usuarios.

Los más graves están relacionados con las decisiones que se tomen al planificar (o no) los años próximos de la entidad y programar la relación con la comunidad deportiva, social o política que la contenga.

En estos casos los ejemplos van desde la construcción de gimnasios que no pueden utilizarse para determinados deportes por pequeños errores de medidas en el proyecto, hasta la planificación de un centro polideportivo que no contemple las instalaciones ya existentes en la ciudad o región.

La *administración* como disciplina no se ha desarrollado fuertemente en el deporte. En muchos casos, ni siquiera es valorada como un beneficio: viejas tradiciones de voluntarismo sin planificación suelen ser trabas en los procesos de crecimiento en la profesionalización. Las consecuencias las encontramos en la mayoría de los clubes y los centros deportivos de barrios y ciudades.

Gestión de INSTALACIONES DEPORTIVAS

Las mejoras

Una propuesta para mejorar la calidad de los servicios de infraestructura es propiciar una profesionalización en la conducción del área técnica e incluirla en las etapas de decisión programática.

Para mejorar la gestión de las instalaciones, hay que tener en cuenta las características mencionadas. Ya sea para las pequeñas entidades como para las grandes intervenciones multidisciplinarias o competencias internacionales.

Pensar en gestión de instalaciones deportivas enriquecerá en forma sostenida la prestación de servicios, propiciará una mejora constante y agregará valor a las instituciones que lo hagan.

Una propuesta para mejorar la calidad de los servicios de infraestructura es propiciar una profesionalización en la conducción del área técnica e incluirla en las etapas de decisión programática.

* Empresa enfocada en el planeamiento y la administración de la infraestructura de entidades vinculadas a la recreación, entretenimiento y deporte.

DE LA INFORMACIÓN A LA ACCIÓN

Los profesores de educación física suelen referir que sus esfuerzos orientados a que las personas incorporen la actividad física más allá de las clases, y de manera sostenida, no producen los resultados esperados. Veamos los porqué y algunos caminos posibles hacia el cambio de actitud sostenido.

Por Lic. Jimena Martínez | mentedeportiva.com.ar *

El paso de la información a la acción saludable atraviesa complejos mecanismos psicológicos.

Sumado a la información brindada, es igualmente importante conocer cómo las personas procesan la información recibida. Para luego comprender las razones de la no adherencia, e implementar estrategias de cambio adecuadas y efectivas.

Una de las estrategias en la educación para la salud es brindar información objetiva y científica sobre el tema en cuestión, sobre sus beneficios o consecuencias negativas de la conducta nociva. Las acciones para la adhesión a la práctica de actividad física, pueden enmarcarse dentro de aquellas llevadas adelante en la Prevención Primaria de la Salud, cuyos objetivos principales son la Promoción y mantenimiento de la Salud, potenciando un estilo de vida sano.

Sumado a la información brindada, es igualmente importante conocer cómo las personas procesan la información recibida; para comprender las razones de la no adherencia, e implementar luego estrategias de cambio adecuadas y efectivas.

¿Por qué cuesta tanto revertir el sedentarismo?

Parte de la respuesta está en como la persona procesa el contenido recibido. Este procesamiento atraviesa diferentes filtros o instancias. Algunos de ellos son:

1- **El estilo de vida** conformado desde el nacimiento y a lo largo de la vida a partir de lo que la persona es en sí misma, lo que le enseñaron y lo que hace con aquello que le transmitieron, está arraigado en la propia identidad. Y es, a su vez, expresión de ella. En este punto, al plantear un cambio, encontramos la primera dificultad: ¿Cómo renunciar a una parte de lo que me define como persona?

2- **Cada persona tiene su propia creencia** sobre lo que es la salud. Si esta idea no coincide con la propuesta, la creencia personal se convierte en una barrera más o menos difícil de sortear dependiendo de cuan arraigada esté, y lo flexible de su personalidad.

3- **El grado de conciencia sobre su salud**. Cuánto sabe o ignora sobre su estado de salud, y cuánto está dispuesto a admitir en el caso de no ser del todo buena.

4- **Sus creencias sobre su capacidad para cambiar**, y si es o no posible un cambio favorable. De esto depende el intento y esfuerzo, con la convicción de que se alcanzarán los objetivos. Su historia personal, y sus éxitos y fracasos anticipan posibles y probables resultados. Se cuestiona a su vez, el sentido del cambio en este momento, y en su vida en general. Sentido sostenido en sus valores personales.

5- **El libre albedrío para elegir y hacerse cargo de lo elegido**. Decisión (consciente o inconsciente) a partir de la cual actuará en consecuencia.

Como se ve, el paso de la información a la acción saludable, atraviesa complejos mecanismos psicológicos.

DE LA INFORMACIÓN A LA ACCIÓN

Hacia el cambio concreto

Entonces, ¿qué acciones pueden realizar los profesores de educación física para promover la adhesión a la actividad física?

1- **Saber que el grupo al que asisten** las personas para realizar actividad física, sea en el club ó gimnasio, puede ser un ámbito en el que se brinda información adecuada y un contexto que acompaña el cambio saludable, compartiendo y alentando la misma idea de salud.

2- **El profesor, como líder al frente de una clase**, puede actuar como modelo. Su conducta alineada con la información que brinda, se convierte en un referente convincente y confiable. En este sentido, ayuda incorporar casos de éxito, sean de personas conocidas socialmente o de personas comunes que hayan superado los obstáculos, y finalmente logrado su cometido Todos ellos son un ejemplo a imitar, y muestran que es posible lograrlo.

3- **Motivar apelando al sentido del cambio en sus vidas**, tanto en lo inmediato como a largo plazo. Un cambio que es posible, pues está en el hombre la capacidad de sobreponerse a las dificultades y limitaciones internas y externas, sea en actitud o en acción. A partir de la propia elección y responsabilidad es posible mejorar la calidad de vida.

Es imprescindible saber que ningún cambio de ésta naturaleza se logra en solitario, por tanto, el trabajo con otros profesionales de la salud es condición necesaria para una intervención eficiente. Teniendo en cuenta los procesos psicológicos ya mencionados, es aconsejable el trabajo en conjunto con psicólogos del deporte, quienes están capacitados para acompañar en el proceso a quienes realizan actividad física, y a los profesores de educación física en su labor docente y como agentes de salud.

Por eso, lejos de desanimarse, frente a lo complejo de esta realidad, los invito a ampliar la mirada y a vislumbrar la diferencia que es posible implementar en la comunidad a la que pertenecen

* Organización pionera en la Argentina en la aplicación del aprendizaje y la formación asistida por caballos en el mundo del deporte.

Teniendo en cuenta los procesos psicológicos mencionados, es aconsejable el trabajo en conjunto con psicólogos del deporte, quienes están capacitados para acompañar en el proceso a quienes realizan actividad física, y a los profesores de educación física en su labor docente y como agentes de salud.

GUSTOS Y NECESIDADES

Les presentamos y analizamos tres alternativas posibles a la hora de decidir el formato de nuestro evento deportivo. Requerimientos, presupuestos y experiencias que generan: maratones, torneos y clínicas deportivas.

Por Carlos Ferretti | Consultor para la Organización de Grandes Eventos Deportivos

Es sin lugar a duda el evento deportivo que estamos acostumbrados a ver casi todos los fines de semana. Para las empresas representa un verdadero desafío tomar la decisión de hacer su propia maratón, ya que esto significa contar con un alto presupuesto y asegurarse una cierta cantidad de corredores, entre otras cuestiones de relevancia (Maratón ó Carrera de Calle)

Es el formato de cabecera para las empresas a la hora de motivar a sus empleados. Fomenta el sentido de pertenencia, la socialización, la integración de grupo y deja en evidencia el rol de las personas dentro del mismo (Torneos)

A la hora de organizar un evento deportivo, como primera medida, es fundamental saber que cualquiera sea el tipo de acontecimiento que se quiera llevar a la práctica, siempre hay que tomar los recaudos necesarios para cuidar al espectador y otorgar al deportista el protagonismo de la acción.

Las tres opciones que a continuación se detallan difieren entre sí básicamente en la cantidad de participantes, el presupuesto con el que se cuenta y el público objetivo de nuestra acción.

Maratón

Presupuesto Alto + Poder de convocatoria + Experiencia de auto-superación

Es sin lugar a duda el evento deportivo que estamos acostumbrados a ver casi todos los fines de semana. Para las empresas representa un verdadero desafío tomar la decisión de hacer su propia maratón, ya que esto significa contar con un alto presupuesto y asegurarse una cierta cantidad de corredores, entre otras cuestiones de relevancia. Por estas razones, generalmente las marcas comienzan posicionando sus productos como sponsor de otras carreras, para de esa manera ganar experiencia en el mundo del running y así prepararse hasta lograr realizar su propio evento.

En cuanto a la implementación, este tipo de suceso requiere un gran conocimiento técnico, dado que para llevarlo a cabo se necesitará realizar cortes de calles. Para esto necesitaremos permisos del gobierno, medición de distancias en la vía pública, saber dónde ubicar los puntos de hidratación, otorgar servicios al ¨Runner¨: primeros auxilios, guardarropa, baños, sector de inscripción y entrega del kit correspondiente, entre otros. El margen de error debe ser reducido al mínimo posible.

El atleta confió en formar parte de la maratón (o Carrera de Calle, dado que ¨Maratón¨ es donde se corren 42km, aunque en la práctica suele llamarse así a todas estas competencias), por lo tanto cuidar su salud es lo primordial ya que tanto ésta, como nuestra marca, están en juego. No olvidemos jamás que este tipo de evento otorga una experiencia de auto-superación a quien participa, siendo esta una herramienta a tener en cuenta por los sponsor.

Torneos

Presupuesto Medio + Sentido de pertenencia + Trabajo en Equipo

Es el formato de cabecera para las empresas a la hora de motivar a sus empleados. Fomenta el sentido de pertenencia, la socialización, la integración de grupo y deja en evidencia el rol de las personas dentro del mismo.

En este tipo de acción, al igual que en las maratones, la expectativa es captar una gran cantidad de participantes.

Para llevar a cabo esta opción, se deberá tener en cuenta el alquiler de un espacio para realizar la práctica deportiva, la compra de elementos necesarios para llevar adelante la misma (camisetas, pelotas, etc.) y considerar también la contratación de árbitros (aconsejable).

Es importante analizar la duración que pretendamos que tenga el torneo, teniendo en cuenta las posibilidades relativas a lo climático y no descartar el formato de ¨torneo relámpago¨, que empieza y termina en el día.

GUSTOS Y NECESIDADES

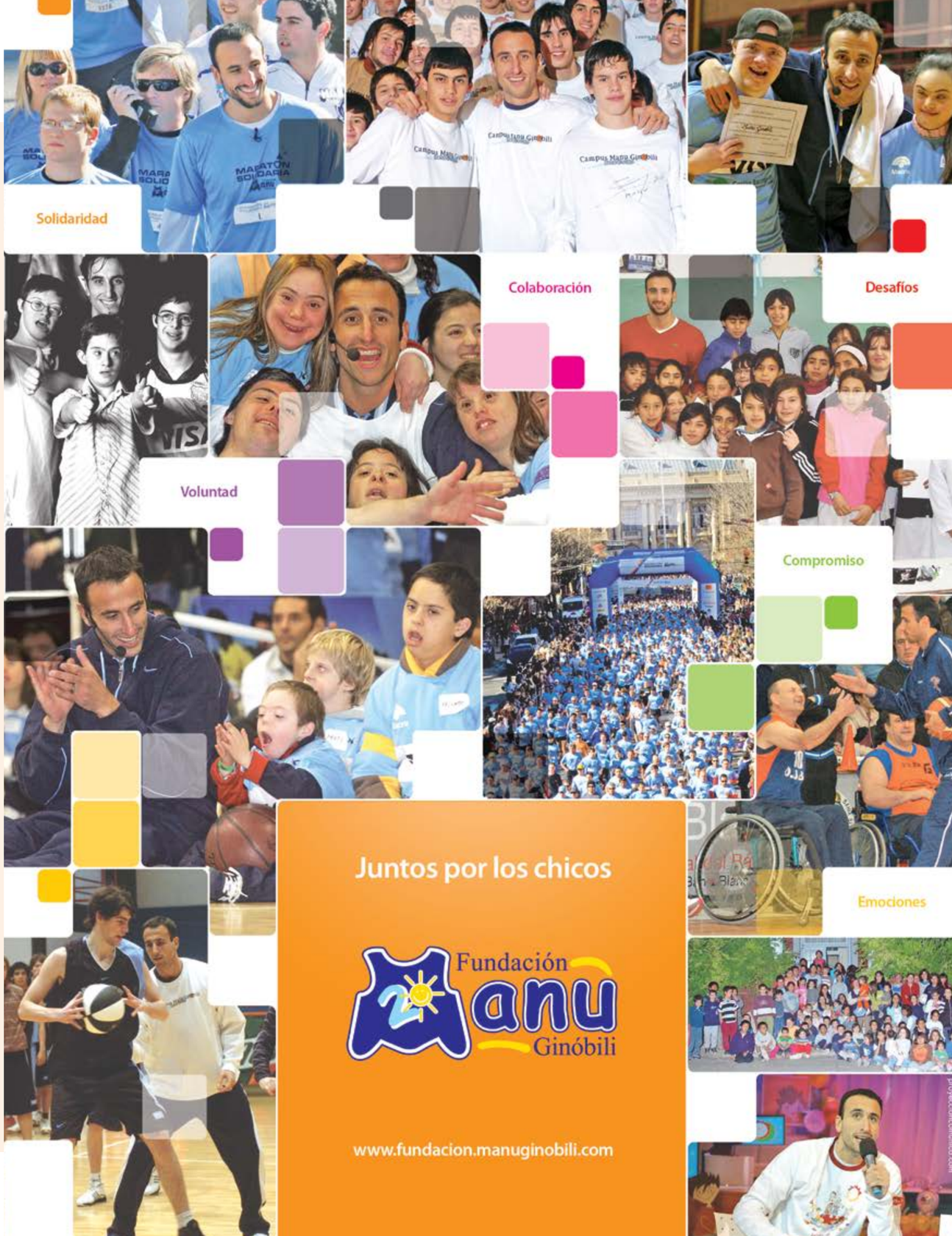
Esta opción permite lograr un impacto altamente positivo en los participantes, dado que brinda la posibilidad de experimentar un deporte que puede no ser cotidiano para los presentes, al tiempo que permite el contacto con un profesional como transmisor de experiencia de vida (Clínicas deportivas)

Clínica Deportiva
Presupuesto Bajo a Medio + Fomenta la práctica del deporte

Esta opción permite lograr un impacto altamente positivo en los participantes, dado que brinda la posibilidad de experimentar un deporte que puede no ser cotidiano para los presentes, al tiempo que permite el contacto con un profesional como transmisor de experiencia de vida. Es una forma de conocer en profundidad las diferentes etapas que los deportistas deben afrontar a lo largo de su carrera, permitiendo el acercamiento al deporte y al deportista de una manera más real.

El presupuesto para esta acción es más accesible que para la modalidad anterior, ya que su única gran variable es la figura o deportista que consideremos para formar parte del evento. Cabe destacar que este punto no es indispensable para la concreción del evento, ya que podemos contar con profesores capacitados para la realización del mismo. Debemos tomar en cuenta que es relevante la elección del lugar donde se llevará a cabo la actividad y contar con los elementos necesarios para la práctica del deporte en cuestión, ya que la finalidad de todo esto es generar una experiencia satisfactoria que favorezca la continuidad del ejercicio.

La elección girará, seguramente también, en función del momento y las necesidades de la empresa u organización. Pero desde estas líneas cumplimos en presentarles tres de las opciones más recomendables, a la hora de sumar presencia, generar vínculos y pensar a largo plazo con un evento deportivo propio.



ESTILOS Y COLORES

De Ivan Lendl y Stefan Edberg a Roger Federer y Rafa Nadal, pasando por la inolvidable huella de André Agassi. De Gabriela Sabatini, Steffi Graf y Mónica Seles a Venus y Serena Williams. El otrora llamado deporte blanco se vistió de estilos y colores para generar pertenencia entre las marcas, los jugadores y el público.

Por Alejandro Arnáez | Diseñador de indumentaria y calzado deportivo

El punto de quiebre lo marcó nike con la irrupción de un jugador que a mitad de los ochenta y principio de los noventa, revolucionó la forma de vestir en el tenis: André Agassi. Su estilo de vestir fue el punto de partida para una legión de jugadores que comenzaron a llamar la atención dentro de las canchas, tanto por su juego como por sus prendas.

Se lo conocía como el deporte blanco. Siempre se recuerda ese mote que ya no es tal para referirse al tenis, al hacer hincapié sobre las nuevas vestimentas de los jugadores y jugadoras del circuito tenístico. Cada año se suman nuevas extravagancias en formas y colores de las prendas que hacen que en algún momento del partido algún relator se sienta en la necesidad de hacer este tipo de comentarios.

En números anteriores mostramos como prendas y calzados de tenis y de básquet pasaron de ser utilizados en las canchas para convertirse en elementos de uso cotidiano. Aquellas prendas de tenis, comenzaron tímidamente a marcar diferencias con otras marcas de la época para luego convertirse en prendas íconos de las marcas.

En los años ochenta fue donde comenzamos a notar que las marcas empezaron a crear sus productos en base a los jugadores. De hecho adidas, solía utilizar los nombres de los jugadores a los que auspiciaba para sus calzados. Los calzados Ivan Lendl o Stefan Edberg eran los más avanzados de su época.

Los comienzos

En los años ochenta fue donde comenzamos a notar que las marcas empezaron a crear sus productos en base a los jugadores. De hecho adidas, solía utilizar los nombres de los jugadores a los que auspiciaba para sus calzados. Los calzados Ivan Lendl o Stefan Edberg eran los más avanzados de su época. Las nuevas tecnologías se aplicaban en ellos para mostrar hasta donde se podía innovar para colaborar con el rendimiento de los jugadores.

Deportes individuales como el tenis, permitían que las marcas puedan encontrar a un jugador y tomar su esencia para diseñar prendas y calzados. Convertir al jugador en un soporte para transmitir una cualidad de la marca o a la inversa, tomar una característica del jugador y enfatizarla con un tipo de vestimenta determinada.

El punto de quiebre lo marcó nike con la irrupción de un jugador que a mitad de los ochenta y principio de los noventa, revolucionó la forma de vestir en el tenis: André Agassi. Con su pelo largo (aunque hoy en día nos enteramos que a mitad de su carrera la calvicie hizo estragos y jugó varios partidos con peluca), su barba de algunos días y sus jeans marcaron una época. Su estilo de vestir fue el punto de partida para una legión de jugadores que comenzaron a llamar la atención dentro de las canchas, tanto por su juego como por sus prendas. Su estilo de vida se correspondía con esa forma de vestirse dentro y fuera de la cancha. La marca y el jugador generaban un todo, un mensaje que se buscaba transmitir.

También las chicas

Tampoco las mujeres se quedaron atrás. Y comenzaron a principios de los noventas a abandonar las chombas y las polleras clásicas, por prendas que se relacionaban más con vestidos con breteles que le permitían mayor libertad de movimientos en los brazos. No hubo en esos años una figura en mujer que se equiparara con Agassi. Eran los años de Sabatini, Graf y Seles, tres jugadoras muy sobrias y clásicas en su vestir. Como máxima irreverencia y novedad podemos ver como Graf presentaba una colección con su nombre, donde primaban las polleras más amplias y con colores. Pero sin llegar a las excentricidades y la rebeldía del tenista estadounidense.

A mitad de los noventas surgirían dos exponentes de un estilo muy llamativo y potente visualmente, las hermanas Venus y Serena Williams. Estas dos jugadoras revolucionaron la vestimenta femenina de tenis. Utilizando prendas que no interfirieran con sus movimientos, que le permitieran desempeñarse con la mayor libertad posible. Comenzaron a utilizar tops y shorts elastizados, que minimizaron las prendas que vestían en las canchas. Los colores también fueron tan llamativos como sus vestidos, solían ser de un único color, pero siempre muy encendidos y vibrantes.

ESTILOS Y COLORES

Años después las marcas comenzaron a darse cuenta que podían tener varios jugadores que la representaran con diferentes estilos, para poder ser imagen de la misma. Que podían ampliar su espectro de consumidores y el mensaje de la marca, si tomaban diferentes tipos de jugadores para sponsorearlos y diseñar para ellos. Federer y Nadal son un claro ejemplo de esto.

Varios players, varios mensajes

Años después las marcas comenzaron a darse cuenta que podían tener varios jugadores que la representaran con diferentes estilos, para poder ser imagen de la misma. Que podían ampliar su espectro de consumidores y el mensaje de la marca, si tomaban diferentes tipos de jugadores para sponsorearlos y diseñar para ellos. El ejemplo más claro es como diseña prendas nike para Roger Federer, un jugador sobrio con una imagen de perfección y precisión; y también para un animal descontrolado de las canchas como Rafael Nadal.

Para uno priman las chombas de cortes rectos, los colores sobrios y para el otro las musculosas y los colores fuertes. Federer no se priva de usar prendas de colores, pero siempre tienen líneas rectas y cortes clásicos. Nadal viste prendas que resaltan su anatomía y que facilitan sus movimientos. Las musculosas que utilizó en gran parte de su carrera son un claro ejemplo de esto.
De esta manera podemos ver como en un deporte tan individual como el tenis, a lo largo de los años se ha buscado desde las marcas acompañar a jugadores y público con sus productos. Generando colecciones acordes con el estilo del jugador, que les permitan construir una interrelación entre marcas, jugadores y público.

FERROCARRILOESTE
Todo lo que querés

FCO MKT
Ferro Marketing
www.ferrocarriloeste.org.ar
/FerroOficial

PELIGRO: SEDENTARISMO

En esta oportunidad le dedicaremos nuestro espacio a uno de los cinco factores de riesgo más importantes que atentan contra la salud, junto a la hipertensión, la obesidad, el estrés y el cigarrillo.

Por Prof. Darío Gaiardo | deporteyempresa.com.ar

La urbanización, el crecimiento del uso de autos y motos, el uso frecuente de la computadora, el control remoto y el televisor, se ubican entre las causas visibles del sedentarismo.

Se define al sedentarismo como la falta de actividad física regular, especificada como "menos de 30 minutos diarios de ejercicio regular y menos de 3 días a la semana". **La conducta sedentaria es propia de la manera de vivir, consumir y trabajar en las sociedades avanzadas.**

Según la O.M.S. (Organización Mundial de la Salud) la actividad física regular: reduce el riesgo de muerte prematura, el riesgo de muerte por enfermedad cardíaca o accidente cerebrovascular; y reduce hasta en un 50% el riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares diabetes tipo II o cáncer de colon, entre otros comprobados beneficios.

La epidemia del sedentarismo tiene múltiples causas. Hay una historia y un presente que condiciona. Los seres humanos tenemos un cuerpo preparado para salir a buscar nuestro alimento. Pero los cambios tecnológicos, culturales y sociales llevaron a que la gente hoy se mueva mucho menos y acceda más fácilmente a los mismos

En nuestro país

Según lo advirtió el Ministerio de Salud de la Nación, **la Argentina padece una epidemia de inactividad física.** Hace siete años, el 45% de los adultos eran inactivos. Pero la tendencia es hacia el aumento: en 2009 pasó al 55%. Y si tantos adultos siguen sin moverse, los sedentarios ya serán el 65% en el año 2016.

La preocupante proyección de la inactividad física fue difundida en el mes de Julio 2013, durante el acto de lanzamiento del **Primer Manual Director de Actividad Física y Salud.** Este manual fue realizado por el programa Argentina Saludable, para que sirva de herramienta a médicos, profesores de educación física, autoridades sanitarias de los municipios y las provincias, entre otras personas que pueden tomar decisiones para revertir la situación.

La epidemia del sedentarismo tiene múltiples causas. Hay una historia y un presente que condiciona. En el manual se recuerda que los seres humanos tenemos **un cuerpo preparado para salir a buscar nuestro alimento.** Pero los cambios tecnológicos, culturales y sociales llevaron a que la gente hoy se mueva mucho menos y acceda más fácilmente a los mismos (en la Argentina, la obesidad en adultos alcanza al 18%).

PELIGRO:SEDENTARISMO

La Universidad de Harvard estima que dedicar tan solo 2 horas y media (es decir, 150 minutos) por semana a la actividad física de intensidad moderada, puede reducir en un 14 % el riesgo de enfermedad cardíaca coronaria. Entre otros comprobados beneficios.

En el mundo

Desde Argentina hasta Zambia, el equipo de Regina Guthold, especialista en enfermedades crónicas de la Organización Mundial de la Salud (OMS), detectó que cada vez es mayor el porcentaje de niños que no hace "ningún tipo de ejercicio físico" y dedica sus horas de ocio a actividades sedentarias, con independencia de que vivan en un país desarrollado o en uno empobrecido. En más de la mitad de los países analizados, el 30 % de ellos dedica más de 3 horas diarias a ver la televisión.

El estudio publicado en "The Journal of Pediatrics", analizó a 72.845 alumnos de entre 13 y 15 años en América del Norte, América del Sur, Asia, Europa y Oriente Medio. Siendo los niños encuestados entre el 2003 y el 2007.

Los investigadores preguntaron datos sobre el tiempo que pasaban caminando, andando en bicicleta o haciendo otro ejercicio físico, y el tiempo que dedicaban cada día a estar sentados. El estudio estableció que sólo el 20 % de los chicos y el 15 % de las chicas, hacían "suficiente ejercicio diario". Y respectivamente, 20 % y 30 % fueron clasificados como "sedentarios", mientras que el resto se quedó en valores intermedios.

Qué nos produce y cómo contrarrestarlo

El sedentarismo o la ausencia de actividad física, se ha convertido en el cuarto factor de riesgo de la mortalidad mundial (causa el 6% de las muertes registradas). **Se estima que la falta de actividad física es responsable del 30% de las enfermedades coronarias, del 27% de los casos de diabetes y del 21% al25% de los cánceres de mama y de colon.**

La Universidad de Harvard estima que dedicar tan solo 2 horas y media (es decir, 150 minutos) por semana a la actividad física de intensidad moderada, puede reducir en un 14 % el riesgo de enfermedad cardíaca coronaria.

Por todo esto, es recomendable hacer ejercicio físico. Especialmente del tipo aeróbico como andar en bicicleta, practicar natación o caminar; cuidando que sea moderado y evitando que sea intenso o brusco. Empezar poco a poco con ejercicios ligeros, para luego ir aumentando la intensidad y la cantidad de tiempo que se le dedica. Lo ideal es realizar 30 minutos por día, 5 días por semana. Ó 45 a 60 minutos, al menos 3 días por semana.

Espero que estas consideraciones sean útiles para que alcancen o mantengan un estado saludable y tengan una buena calidad de vida.

¡Nos vemos en la próxima edición!

Brandy

Comunicación
Marketing de moda
Prensa corporativa
Diseño institucional

SOMOS UN GRUPO JOVEN CON UN KNOW HOW GENERADOR DE HERRAMIENTAS Y SOLUCIONES PARA LOS PROYECTOS DE COMUNICACIÓN DE LAS EMPRESAS.
TRABAJAMOS CON UNA VISION INTEGRADORA SUMANDO TODA NUESTRA EXPERIENCIA A LAS IDEAS DE NUESTROS CLIENTES, CONFORMANDO UN VERDADERO EQUIPO DE TRABAJO.

WWW.GRUPOBRANDY.NET
WWW.FACEBOOK.COM/GRUPOBRANDY
TWITTER: @GRUPO_BRANDY

VITEC
sistemas

En las instituciones eficientes, seguridad y control, son requisitos indispensables.

CONTROLES DE ACCESO

- Ingreso de personal.
- Ingreso vehicular.
- Gestión y ddministración de los recursos.
- Control de asistencia y rondas.
- Control de inventario y stock.
- Seguimiento de componentes en líneas de producción.
- Control de estacionamiento medido
- Sistemas de punto de venta.
- Sistemas de CCTV y alarmas.
- Sistemas de gestión administrativa. (facturación, Stock, personal, etc)

12 AÑOS DE TRAYECTORIA EN EL MERCADO

VITEC SISTEMAS
Asesoramiento y Consultas:
info@vitecsistemas.com.ar - www.vitecsistemas.com.ar

Megatlon Corporativo, tu empresa en buen estado.

Si tus empleados se encuentran en buen estado, tu Empresa también. Por eso te ofrecemos 2 opciones para promover el bienestar de tu personal: planes corporativos para tus empleados, o directamente un gimnasio Megatlon dentro de tu Empresa.

Para más información, ingresá a www.megatlon.com
O escribinos a **empresas@megatlon.com**

GIMNASIOS en tu empresa

PLANES CORPORATIVOS para tus empleados

MEGATLON CORPORATIVO