

## NORMAS DE PUBLICACIÓN

### ENTIDAD EDITORIA

Asociación Madrileña de  
Derecho y Gestión del Deporte

Avda. Filipinas, 16  
28003-MADRID  
revista@amdedeged.es

### DIRECTOR

Antonio J. Monroy Antón  
Univ. Autónoma de Madrid

### CONSEJO DE REDACCIÓN

Guillermo Rocafort Pérez  
Univ. Carlos III

José Manuel Almudí Cid  
Univ. Complutense de Madrid

Antonio J. Monroy Antón  
Univ. Autónoma de Madrid

Carmen Domínguez Sánchez  
AEOED

Jorge Otero Rodríguez  
Univ. Autónoma de Madrid

Julián Campo Trapero  
Univ. Complutense de Madrid

Xavier de Montille  
Univ. de París

Alistair Maclay  
Univ. de Oxford

NÚMERO 1  
ENERO-MARZO 2008

ISSN: 1989-256X

1. La Revista Internacional de Derecho y Gestión del Deporte publica trabajos de carácter científico que estén realizados con rigor metodológico y que supongan una contribución al progreso en el ámbito del Derecho Deportivo y la Gestión del Deporte. Se recogen trabajos de naturaleza teórica, experimental, empírica y profesional con preferencia para aquellos que presenten cuestiones actuales y de relevancia científica y discutan planteamientos polémicos. Por lo demás, la interdisciplinariedad en el campo de la actividad física y deportiva es un objetivo de la Revista, por lo que existirá una sección para trabajos de cualquier otro área distinta a las dos mencionadas.
2. Los trabajos habrán de ser inéditos, no admitiéndose aquéllos que hayan sido publicados total o parcialmente, ni los que estén en proceso de publicación o hayan sido presentados a otra revista para su valoración. Se asume que todas las personas que figuran como autores han dado su conformidad, y que cualquier persona citada como fuente de comunicación personal consiente tal citación.
3. Los artículos deberán prepararse según las normas ISO 690-1987 y su equivalente UNE 50-104-94. Estas normas se pueden consultar en el enlace [http://www.uc3m.es/portal/page/portal/biblioteca/aprende\\_usar/como\\_citar\\_bibliografia](http://www.uc3m.es/portal/page/portal/biblioteca/aprende_usar/como_citar_bibliografia). Los manuscritos que no se atengan a dichas normas no serán considerados para su publicación. Los manuscritos deberán ser en letra Times New Roman 12, a un espacio y medio y con una extensión de entre 5 y 20 páginas, con márgenes de 3 centímetros y con las páginas numeradas. Los originales podrán estar escritos tanto en tanto en idioma castellano como en inglés.

La primera página del manuscrito incluirá únicamente el Título pero no los autores, para garantizar el anonimato en la revisión.

La 2ª página incluirá:

- a. Título del artículo.
  - b. Nombre de cada autor completo, y de sus instituciones, ciudad y país.
  - c. Un resumen en castellano y otro en inglés de entre 100 y 150 palabras.
  - d. El título en inglés.
  - e. Entre 4 y 8 palabras clave en castellano e inglés, al pie de cada resumen.
  - f. Información suficiente para el contacto con el autor (dirección postal completa, teléfonos y correos electrónicos).
  - g. Se deberán indicar —si es el caso— las fuentes de financiación de la investigación, así como el hecho de haberse presentado (de forma previa o preliminar) en algún congreso, simposio o similar. Se podrán incluir notas a pie de página.
- Las tablas, gráficos y figuras deberán estar una en cada hoja, indicándose en el texto su ubicación.

Biografías. Para cada autor se debe indicar la actual afiliación y el máximo grado académico obtenido (campo, año de obtención, institución). Se deberán adjuntar como una hoja separada al final del texto.

4. Los trabajos serán enviados o bien por correo electrónico a la dirección [revista@amdedeged.es](mailto:revista@amdedeged.es), o a la dirección de correo:

**Asociación Madrileña de Derecho y Gestión del Deporte**  
Av. Filipinas, 16 Bajo - B  
28003 - Madrid (España)

5. Los trabajos remitidos serán revisados anónimamente por al menos dos revisores externos antes de la evaluación del Consejo de Redacción. La recepción se comunicará de inmediato, y se han de esperar por lo general entre 1 y 3 meses para recibir las revisiones. Los artículos aceptados (dependiendo de la rapidez en las revisiones y en la realización de las revisiones posteriores) pueden esperar ser publicados alrededor de 4 meses después de su remisión. En caso de no ser aceptado, el original se devolverá a petición del autor.
6. Si se acepta un trabajo para su publicación, los derechos de impresión y de reproducción por cualquier forma y medio serán propiedad de la Revista. La Revista de AMDEGED no rechazará ninguna petición razonable por parte del autor para obtener el permiso de reproducción de sus contribuciones. Asimismo, se entiende que las opiniones expresadas en los artículos son de responsabilidad exclusiva de los autores y no comprometen la opinión y política científica de la Revista. Igualmente, las actividades descritas en los trabajos publicados estarán de acuerdo con los criterios y normativa vigente, tanto por lo que se refiere a experimentación como en todo lo relativo a la deontología profesional. La Revista podrá solicitar a los autores copias de los datos en bruto, manuales de procedimiento, puntuaciones, y, en general, material experimental relevante.

## SUMARIO

### **- *Derecho y Gestión del Deporte***

<b>EL PATROCINIO DEPORTIVO Y LA IMAGEN DEL DEPORTISTA</b> Gema Sáez Rodríguez.....	<b>3</b>
<b>LA TRIBUTACIÓN POR IRPF DE LOS DERECHOS DE IMAGEN DE LOS DEPORTISTAS</b> Dr. Eur. Antonio J. Monroy Antón.....	<b>11</b>
<b>CONTABILIDAD Y FUNCIONES ECONÓMICO-FINANCIERAS DE LAS ENTIDADES DEPORTIVAS EN ANDALUCÍA</b> Ángel Rodríguez López.....	<b>18</b>
<b>NORMAS A SEGUIR EN LA PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS EN EL MEDIO NATURAL</b> Dr. Eur. Antonio J. Monroy Antón.....	<b>30</b>
<b>- <i>Otros</i></b>	
<b>¿TIENEN LOS PADRES PARTE DE LA RESPONSABILIDAD EN LA SALUD PRESENTE Y FUTURA DE SUS HIJOS ADOLESCENTES?</b> Dr. Carlos Alberto Cordente Martínez, Dra. Pilar García Soidán, Dr. Manuel Sillero Quintana.....	<b>36</b>

**EL PATROCINIO DEPORTIVO  
Y LA IMAGEN DEL DEPORTISTA**

**Gema Sáez Rodríguez**

Doctoranda en CC. de la Actividad Física y del Deporte

Universidad Politécnica de Madrid

**RESUMEN**

En el panorama deportivo actual está muy presente el patrocinio tanto de deportistas como de eventos relacionados con el deporte y se puede comprobar que es mucho el dinero que mueve esta práctica. Para ello, hay que tener en cuenta las dos figuras importantes en este trámite, el patrocinado y el patrocinador, y así la clasificación del patrocinio va a tener en cuenta uno u otro factor. A la hora de llegar a un mutuo acuerdo, es importante que se aclaren previamente los objetivos de una y otra figura, así como los beneficios de cada uno. Una vez se han firmado los contratos de patrocinio, se deben hacer revisiones periódicas del mismo que van a permitir una aprobación del correcto funcionamiento del acuerdo entre ambas partes

**ABSTRACT**

In the actual sport scenario, sponsorship has a great presence, both for sportmen and for sport events, and it is verifiable that the amount of money involved in this practice is enormous. In order to do so, there are two main persons to bear in mind, the one sponsoring and the one being sponsored, and thus the sponsorship classification will take into account one factor or the other. When reaching a mutual agreement, it is important that the objectives of both persons are clarified previously, so as the profits for each one. Once the sponsorship contracts have been signed, periodical reviews have to be done, so that the correct development of the agreement is checked

**PALABRAS CLAVE:** patrocinio deportivo, financiación, contrato, imagen, dinero.

**KEY WORDS:** sport sponsorship, financing, contract, image, money.

## **INTRODUCCIÓN**

El deporte es uno de los fenómenos que más mueven a la sociedad a realizar actividades que se salen de lo que pueden considerarse como las cotidianas del día a día. En las últimas décadas se ha podido comprobar cómo gracias a diversos factores ha aumentado tanto el número de practicantes de actividades deportivas como el número de estas últimas. Una mejora de la calidad de vida, de la preocupación por la salud, existencia de nuevas tecnologías así como de formas de entrenamiento, y la inclusión los ancianos en la sociedad a través de actividades de ocio y tiempo libre han influido en el aumento de la práctica de las actividades deportivas en nuestro país.

Actualmente se puede decir que el deporte está mediatizado. Muchas empresas o instituciones aceptan conscientemente asumir los gastos de ciertos eventos deportivos, de actividades o actos con deportistas por la repercusión popular que dichos actos le puede reportar aprovechando el impacto que tendrá sobre la sociedad gracias a los medios de comunicación o la popularidad de dicho deportista.

Así, es muy común que la sociedad asocie el nombre de una empresa al de un club, jugador, entidad o ente relacionado con el deporte. Quién no ha oído hablar del DKV Joventut, Adecco Estudiantes, Real Madrid Teka, Regal F.C. Barcelona, marcas que han conseguido hacerse un hueco en el panorama deportivo gracias al patrocinio.

## **EL PATROCINIO DEPORTIVO**

A la hora de hablar de patrocinio deportivo hay que tener en cuenta la existencia de una relación comercial que se da entre una primera parte -patrocinador- que ofrece recursos<sup>1</sup> a una segunda parte -patrocinado- con unos fines de publicidad.

---

<sup>1</sup> Estos recursos facilitan organizaciones o participaciones en eventos deportivos de diferente ámbito. Si bien, éstos pueden ser de tipo técnico, económico o de servicio.

Para el patrocinado, el hecho de invertir en dicha actividad le supone darse a conocer, tener un prestigio en la sociedad que le sirva para atraer y acercarse más a sus clientes y de este modo vender más y mejor.

El patrocinador a la hora de elegir su representante, va a tener en cuenta lo que éste le va a ofrecer, que son grandes audiencias en los medios de comunicación y sobre todo afianzar y corroborar su identidad.

No todos los deportes tienen el mismo carácter mediático, así el tenis y el fútbol son los que están, sin lugar a dudas por encima del resto, siendo este último el que predomina, pero sin olvidar a otros como el baloncesto, el ciclismo, la fórmula-1, el motociclismo, etc, que también son mediáticos aunque en un segundo plano en comparación con los otros dos.

Como ejemplo de la cantidad de dinero que se mueve en el mundo del deporte, diré que en la temporada 2003-2004 de la Liga de Fútbol Profesional, Sogecable llegó a un acuerdo con la LFP en la que le pagaría 84 millones de euros por los derechos de retransmisión de los partidos durante toda la temporada<sup>2</sup>. Esta cifra es considerablemente elevada, pero si la comparamos con los ingresos de ciertos deportistas españoles como el caso de Rafael Nadal que ingresó el año pasado 3.9 millones de euros sólo por méritos deportivos sin añadir todo el material le suministran sus patrocinadores como Nike, Babolat, Kia etc, y el dinero que le pagan extra, se puede comprobar la importancia que tiene un deportista mediático en este mundo. Un caso más espectacular es el del golfista californiano Tiger Woods, considerado el deportista mejor pagado del mundo que, según el último ranking de la revista Forbes, ingresó entre junio de 2005 y junio de 2006 la cantidad de 68 millones de euros, que un estudio de la empresa de mercadotecnia Integral Eventum, referente a 2006, eleva a los 74 millones de euros entre premios y patrocinios. Otros nombres de deportistas con un

---

<sup>2</sup> Datos tomados del Diario *El País* del día 25 de Agosto de 2003.

buen patrimonio económicos son el de Valentino Rossi, Kobe Bryant, Michael Schumacher, Carson Palmer, María Sharapova, etc.

Dentro del patrocinio deportivo hay que tener en cuenta el término mecenazgo<sup>3</sup>, aunque no se da solo, sino que el patrocinio se puede considerar la suma o complementación de un mecenazgo mas una comunicación. A la hora de llevar a cabo un patrocinio hay que definir claramente cuáles son los objetivos que persiguen las dos partes importantes de dicha relación, así como los beneficios que van a obtener ambas. En primer lugar se deben responder a varias preguntas que van a permitir hacerse una idea de cómo va a resultar el proyecto de patrocinio. Así el patrocinado debe tratar con el patrocinador sus ventajas mostrándole por qué resulta rentable su acción, cuándo se debe llevar a cabo y cuánto tiempo debe durar la promoción.

Dentro de los objetivos que se plantea la empresa o entidad cuando va a patrocinar a un evento, club o persona se encuentran los siguientes<sup>4</sup>:

- modificar o reforzar la percepción pública de la empresa
- insertar la empresa en la comunidad
- sacarle ventaja a la competencia asociándose o a través de la exclusividad
- incrementar la popularidad de la empresa
- identificar la empresa con determinados segmentos del mercado
- lograr objetivos de venta
- etc.

Una vez llegado al acuerdo entre ambas partes se debe hacer un estudio previo sobre la economía que le va a suponer al patrocinador el hacerse cargo de un evento o ente y compararlo con otras posibilidades que se podían desarrollar para ver cuál de ellas

---

<sup>3</sup> El mecenazgo hace referencia al patrocinio financiero en el que se colabora sin un ánimo de lucro y en el que por lo tanto, no es necesaria una comunicación entre el patrocinador y el patrocinado.

<sup>4</sup> SÁNCHEZ BUJÁN, P. *Márketing deportivo. Las claves del éxito en la Gestión de los Centros de Actividades Físico-Deportivas y Recreativas*. Madrid: Comunidad de Madrid: Consejería de Educación, 1999. p. 251.

resultaría más rentable. Una vez realizado este estudio, se pasa a presupuesto general en el que deben tenerse en cuenta lo comentado anteriormente (cantidad expresa, tiempo que va a durar el contrato o patrocinio así como objetivos y obligaciones). Por último, una vez aprobado el presupuesto se firma dicho proyecto y se empieza a elaborar lo acordado. Para corroborar que todo se está cumpliendo y las cosas se están desarrollando adecuadamente es recomendable hacer revisiones periódicas a través de memorias escritas en las que se muestren los resultados obtenidos así como el cumplimiento o no de los objetivos que se propusieron y firmaron en el contrato.

La esponsorización o patrocinio se puede clasificar atendiendo a las dos partes que tienen cabida en dicha relación. En función del patrocinador puede ser:

- 1- **Patrocinio privado:** cuando una persona física o jurídica de Derecho Privado, generalmente una empresa comercial, concede la ayuda económica, a cambio de la publicidad.
- 2- **Patrocinio público:** cuando una entidad pública otorga una ayuda de carácter económico a cambio de una colaboración publicitaria. Normalmente esta ayuda se establece a través de la subvención o la donación. En ocasiones, también puede darse a través del contrato de esponsorización.

En función del patrocinado, el patrocinio puede ser:

- 1- **Patrocinio personal:** cuando un deportista recibe ayuda económica para la realización de la actividad deportiva, comprometiéndose a colaborar publicitariamente con el patrocinador, bien sea a través de anuncios, utilizar su ropa o mostrar públicamente la marca.
- 2- **Patrocinio colectivo:** cuando los patrocinados son personas jurídicas, es decir, Asociaciones, Federaciones, Sociedades Anónimas Deportivas, Agrupaciones o Clubes Deportivos.

Actualmente, las entidades o empresas deportivas tienen unas características comunes que determinan el patrocinio deportivo en nuestro país. En primer lugar se ve que hay

un claro realismo por parte de las empresas en lo que a inversiones y objetivos a conseguir se refiere. Para ello se requiere un estudio previo de la demanda o de la situación de momento para así poder realizar un patrocinio más efectivo con el club, jugador o evento al que va a representar y una buena explotación publicitaria. Otra característica es la ya comentada sobre la adopción por parte de ciertos clubes o entidades deportivas de la marca que les ofrece su patrocinio.

Los grupos o “actores” principales que mayor cabida tienen en el mundo del patrocinio son varios. Aparte de los comentados anteriormente de clubes o entidades deportivas patrocinadas y sus dirigentes y los patrocinadores, se encuentran también las empresas de accesorios deportivos relacionadas con la industria del deporte, organizaciones que desarrollan nuevos materiales o de ámbito de la medicina deportiva, etc.

A la hora de realizar el informe de patrocinio de una empresa hay que tener en cuenta diversos aspectos que van a reflejar claramente las propuestas y objetivos de la misma. En el mismo suelen aparecer la carta de presentación en la que se hace una breve trayectoria del centro así como de los eventos a patrocinar. Del mismo modo aparecen los objetivos del proyecto y del centro, la fundamentación del proyecto, los soportes de comunicación, el cálculo de audiencia, el presupuesto, la solicitud de patrocinio y contrapartidas para los patrocinadores y la descripción de la actividad. Eventualmente también se presentan a modo de anexos fotografías de interés relacionadas con el tema, catálogos, carteles, etc.

## **LOS CONTRATOS DE PATROCINIO**

Los contratos de patrocinio publicitario, suelen hacer hincapié en al menos una particularidad de la personalidad, por ejemplo el nombre del patrocinado. Uno de los recursos más empleados en este contrato es el de concesión por parte del patrocinado del derecho de uso de su imagen con fines publicitarios o de mercado normalmente a

beneficio del patrocinador. Esto es, por ejemplo la presencia del patrocinado en actos públicos de cualquier tipo, grabación de vídeos mientras desarrolla su actividad o bien enfocados a su difusión en forma de anuncio o spot publicitario, utilización y reproducción de su imagen en actos o productos de la empresa que se encarga de su patrocinio y, por último, la realización de fotografías del patrocinado. El cumplimiento de este tipo de contratos viene determinado por una serie de leyes entre las que destacan:

- Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil al Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar, y a la propia Imagen.
- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Los contratos de patrocinio cumplen una serie de características que los determinan como tales. Éstos son atípicos, es decir, no tienen una regulación legal expresa pero se ajustan a la normativa actual vigente; son bilaterales, lo que significa que presentan una serie de obligaciones por parte de ambas partes; son onerosos y consensuales y, por último, no solemnes.

Dentro de las obligaciones que tiene el patrocinador y se dan por aprobadas con el contrato, se encuentra en primer lugar, el de la prestación o retribución económica de la colaboración publicitaria del patrocinado, bien sea en especie y/o en dinero. Esta última se puede determinar al principio del contrato con una cantidad fija o bien puede ser variable en función de la consecución o no de los objetivos propuestos. En la Ley General de Publicidad citada anteriormente hay que tener en cuenta diversos artículos que van a determinar grandes responsabilidades del patrocinador. Así el artículo 3 habla sobre la publicidad ilícita, el 4 y 5 sobre la publicidad engañosa, el 6 sobre la publicidad desleal, el 7 sobre la publicidad subliminal, y el 8 sobre publicidad de productos sometidos a reglamentaciones técnico-sanitarias, estupefacientes, psicotrópicos y tabaco y bebidas alcohólicas.

Por su parte, el patrocinado debe colaborar de forma activa con el patrocinador en lo que a publicidad y promoción se refiere. Así debe reconocer el derecho a incluir su nombre comercial en la indumentaria de competición, el derecho de asociar el nombre de la firma comercial o marca al nombre del equipo de más categoría, etc.

## **BIBLIOGRAFÍA**

MARTÍN ANDRÉS, O. *Manual práctico de organización deportiva*. Madrid: Gymnos, 1997.

MONROY ANTÓN, A.; SÁEZ RODRÍGUEZ, G. *Instalaciones deportivas*. Granada: Grupo Editorial Universitario, 2007.

MULLIN, B.J.; Hardy, S; SUTTON, W.A. *Marketing deportivo*. Barcelona: Paidotribo, 1995.

SÁNCHEZ BUJÁN, P. *Marketing deportivo. La clave del éxito en la Gestión de los Centros de Actividades Físico-Deportivas y Recreativas*. Madrid: Comunidad de Madrid, 1999.

## **LOS EVENTOS DEPORTIVOS: CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS**

**Antonio J. Monroy Antón**

Doctor Europeo en CC. de la Actividad Física y del Deporte  
Universidad Autónoma de Madrid

### **RESUMEN**

Los eventos deportivos son cada vez más famosos en el mundo actual. Todo el mundo habla de ellos y, sin embargo, una gran parte de la población desconoce por completo lo que se mueve detrás de ellos, cómo se organizan, qué planificación requieren y, en definitiva, cuáles son los aspectos que los distinguen de otras muchas actividades multitudinarias de ámbitos distintos al deportivo. En este artículo se intentará determinar cuáles son sus características para poder ofrecer una definición de los mismos.

### **ABSTRACT**

Sport events are more and more famous everyday. Everybody talk about them and, however, most of the population do not know what is behind them, how they are organized, which is the right planning for them and which are those aspects that make them different from other crowded activities in areas different from sports. In this article we will try to determine which are their characteristics in order to offer a definition of sport events.

**PALABRAS CLAVE:** eventos, deporte, organización, planificación.

**KEY WORDS:** events, sport, organization, planning.

Fecha de recepción: 18/01/2008      Fecha de aceptación: 03/03/2008

## **INTRODUCCIÓN**

Los eventos deportivos van ganando terreno en la vida económica y se convierten, cada vez más, en escaparates publicitarios en lugar de ocio de masas y, por lo tanto, en un canal importante para los medios de comunicación. Todo el mundo habla de ellos y, sin embargo, una gran parte de la población desconoce por completo lo que se mueve detrás de ellos, cómo se organizan, qué planificación requieren y, en definitiva, cuáles son los aspectos que los distinguen de otras muchas actividades multitudinarias de ámbitos distintos al deportivo.

Las tendencias actuales en cuanto a ocupación del tiempo libre con respecto a las actividades físico-deportivas muestran, por un lado, un incremento de la práctica activa y, por otro, un elevado consumo pasivo a través de los medios de comunicación. Éstos, utilizando el engranaje social que se genera en torno al deporte, provocan la realización de eventos deportivos que implican a grandes sectores de población sin, muchas veces, analizar las complejas incidencias sociales que se originan en ellos.

La importancia del deporte en el mundo actual ha trascendido a muchos otros ámbitos más allá del deportivo: al social, al económico e, incluso, al político, por encima de lo relativo meramente a su práctica. La celebración de grandes eventos deportivos, además, tiene un elemento añadido que le hace punto de concurrencia de intereses de todo tipo: es una fuente segura generadora de beneficios tanto directos como indirectos allí donde se produce. Es éste uno de los motivos por el que los poderes públicos y las entidades privadas luchan por ser adjudicatarios de este tipo de eventos que, de ser bien gestionados, les llevarán a un beneficio seguro y, en la mayoría de las ocasiones, muy importante.

La mera observación de eventos como los Juegos Olímpicos o los Campeonatos Mundiales de Fútbol o de Atletismo sirve para darse cuenta de su trascendencia y de que son actos que superan su faceta meramente deportiva. Es indudable que el deporte

se ha convertido en uno de los fenómenos sociales con mayor arraigo, capacidad de movilización y de convocatoria de nuestro mundo actual. Sin embargo, y a pesar de esa trascendencia tan señalada, los eventos deportivos, como se ha mencionado, siguen siendo unos grandes desconocidos para el público en general. Por ello, en este artículo, se comenzará por centrar el concepto de evento deportivo, en el que no siempre han coincidido los autores que han opinado sobre el tema, para posteriormente desgranar cuáles son sus características y los requisitos imprescindibles para que sean considerados como tales.

## **LOS EVENTOS DEPORTIVOS: CONCEPTO Y PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS**

Shone define los eventos en general como *“fenómenos que surgen de ocasiones no rutinarias y que tienen objetivos de ocio, culturales, personales u organizativos establecidos de forma separada a la actividad normal diaria, cuya finalidad es ilustrar, celebrar, entretener o retar la experiencia de un grupo de personas”*.<sup>1</sup>

Según se extrae de esta definición, un evento puede pertenecer a varias tipologías de actividades humanas (ocio, personal, cultural u organizativa), siendo el deporte una de ellas.

En mi opinión, los grandes eventos deportivos serían aquellas actividades deportivas que cuentan con un alto nivel de repercusión social, una fuerte presencia de los medios de comunicación (no necesariamente televisiva) y que generan por sí mismas ingresos económicos altos. Si los ingresos y la presencia de medios de comunicación no fuesen elevados, se podría hablar simplemente de evento deportivo, sin el calificativo de grande. Por lo señalado, no todas las actividades deportivas son consideradas eventos, y para que una actividad sea considerada como tal debe reunir las siguientes características:

---

<sup>1</sup> SHONE, A.; PARRY, B. *Successful event management: a practical handbook*. London: Continuum, 2001.

- cierta repercusión social
- nivel mínimo de asistencia de público
- presencia en los medios de comunicación
- nivel de audiencia televisiva<sup>2</sup>
- tipo de deporte<sup>3</sup>
- dificultad de la práctica
- existencia de patrocinadores
- existencia de unos ingresos propios mínimos.

*Graham* estudia los eventos deportivos desde el punto de vista de su organización, señalando que se caracterizan porque pueden ser organizados por una tipología variada de organizaciones, tales como organismos nacionales deportivos, clubes, asociaciones, federaciones, empresas, instituciones educativas, etc.<sup>4</sup>

Los eventos se caracterizan también por el nivel relativo de complejidad e incertidumbre asociado a ellos. El concepto “incertidumbre” se refiere a la situación inicial en la planificación de los eventos en la que no se conocen, por ejemplo, el volumen de participación, el de información a generar, los ingresos, los costes, su procedencia (directos o indirectos), etc. La “complejidad” de un evento hace referencia a su estructura organizativa.

Dependiendo del grado de complejidad, el evento requiere de los organizadores la aplicación de distintos niveles de gestión y la satisfacción de distintas demandas<sup>5</sup>. Estos

---

<sup>2</sup> Sólo imprescindible para los grandes eventos, pues aun sin ella podría considerarse evento deportivo, si bien de menor categoría.

<sup>3</sup> Los deportes excesivamente minoritarios nunca podrían llegar a ser considerados eventos deportivos aunque cumplieren con el resto de requisitos. En todo caso, serían eventos sociales o de otro tipo, pero no deportivos, ya que la actividad deportiva que desarrollan, a mi modo de ver, no sería la causante de su alto nivel de audiencia o de su presencia en los medios. Piénsese, por ejemplo, en un evento en el que se retransmita un deporte minoritario por la simple presencia de un famoso entre el público y no por el hecho deportivo en sí: sin duda, ese pasaría a ser un evento social y no deportivo.

<sup>4</sup> GRAHAM, S. et al. *The Ultimate guide to sports marketing*, New York: McGraw Hill, 2001.

<sup>5</sup> SHONE, A.; PARRY, B. *Successful event management: a practical handbook*. London: Continuum, 2001.

dos aspectos son de gran importancia al trabajar con eventos, ya que conllevan un cierto factor de riesgo en la organización.

Siguiendo a *Shone*<sup>6</sup>, se pueden caracterizar los eventos por los siguientes aspectos: unicidad, no repetitibilidad, intangibilidad, altos niveles de contacto personal e interacción, intensidad del trabajo y escala temporal limitada.

La “unicidad” hace referencia a que los eventos deportivos no son actividades rutinarias y que cada uno es distinto de los demás, aunque pueda tratarse de un mismo tipo de evento. Por ejemplo, aunque los campeonatos mundiales de atletismo siguen unas mismas pautas de organización, una edición difiere de la otra por el lugar de celebración, el número de participantes, las fechas de celebración, etc.

Además, los eventos son “irrepetibles”, no pueden producirse de la misma forma en posteriores ediciones. Una carrera atlética local, aunque sea organizada por la misma entidad, utilice la misma imagen corporativa, tenga los mismos patrocinadores, la misma ruta y el mismo número de participantes, debe ser considerada por sí misma distinta a la edición anterior.

Los eventos incluyen elementos intangibles y elementos tangibles. Los primeros se refieren a aquéllos que no se pueden medir, como por ejemplo la emoción de la competición. Los elementos tangibles son productos complementarios de los primeros como, por ejemplo, los productos de merchandising. Los eventos requieren de elementos tangibles como elementos que generan opinión pública y que contribuyen a la creación de la memoria del evento<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> SHONE, A.; PARRY, B. *Successful event management: a practical handbook*. London, Continuum, 2001.

<sup>7</sup> MORAGAS, M.; MORENO, A. B.; KENNETT, C. “Legacy of symbols: communication and Olympic Games”, *Symposium on the Legacy of the Olympic Games: International Symposium 14, 15, 16 November 2002*, Lausanne, International Olympic Committee, 2003, págs. 128-139.

El público también tiene una gran importancia en los eventos, como se ha mencionado en la enumeración de atributos de los mismos. Se pueden distinguir dos tipos de contacto que se establece con el público. Por una parte, se establece un contacto directo con aquella parte del público que participa en el evento y, por otra parte, un contacto indirecto con la opinión pública en general. Ello implica la necesidad de planificar cuidadosamente los servicios que han de ofrecerse al público. Un ejemplo son los servicios de información a los medios de comunicación, tanto acreditados como no acreditados, para la cobertura del evento.

Los eventos tienen una planificación temporal fija, con fechas de inicio y finalización perfectamente delimitadas y no modificables. Esta limitación temporal afecta tanto al ámbito organizativo -fases de planificación y organización del evento- como a la celebración propiamente dicha del mismo.

Dependiendo del nivel de complejidad y unicidad del evento y de la audiencia a la que se dirige, los aspectos organizativos y operativos pueden alcanzar niveles diferentes, afectando al número de personal, necesidades de comunicación, número de unidades de trabajo, distribución territorial de las unidades, etc<sup>8</sup>.

Por último, para Cerezuela<sup>9</sup>, los eventos deportivos tienen otras dos características: en primer lugar, en las fases de planificación de la estrategia de información y documentación de un evento, son prioritarias la temporalidad, complejidad organizativa y necesidad de atención al público, mientras que en segundo término, los eventos deportivos suelen tener una corta duración en el tiempo pero una influencia a largo plazo enorme, pudiendo transformar la vida cultural, política, económica y social de la ciudad, región o país donde se organicen.

---

<sup>8</sup> CEREZUELA, B. *La información y documentación deportiva y los grandes eventos deportivos*, Barcelona: Centro de Estudios Olímpicos, Universidad Autónoma de Barcelona, 2003.

<sup>9</sup> CEREZUELA, B. *La información y documentación deportiva y los grandes eventos deportivos*, Barcelona: Centro de Estudios Olímpicos, Universidad Autónoma de Barcelona, 2003.

## **BIBLIOGRAFÍA**

AYORA PÉREZ, D.; GARCÍA SÁNCHEZ, E. *Organización de eventos deportivos*. Barcelona: INDE publicaciones, 2004.

CEREZUELA, B. *La información y documentación deportiva y los grandes eventos deportivos*, Barcelona: Centro de Estudios Olímpicos, Universidad Autónoma de Barcelona, 2003.

DESBORDES, M.; FALGOUX, J. *Gestión y organización de un evento deportivo*. Barcelona: INDE publicaciones, 2006.

GRAHAM, S. et al. *The Ultimate guide to sports marketing*. New York: McGraw Hill, 2001.

MORAGAS, M.; MORENO, A.; KENNETT, C. “Legacy of symbols: communication and Olympic Games”, *Symposium on the Legacy of the Olympic Games: International Symposium 14, 15, 16 November 2002*, Lausanne, International Olympic Committee, 2003.

SHONE, A.; PARRY, B. *Successful event management: a practical handbook*. London: Continuum, 2001.

## **CONTABILIDAD Y FUNCIONES ECONÓMICO-FINANCIERAS DE LAS ENTIDADES DEPORTIVAS EN ANDALUCÍA**

**Ángel Rodríguez López**

Universidad Complutense de Madrid

### **RESUMEN**

El presente artículo realiza un análisis del régimen económico-financiero, obligaciones contables, patrimoniales y presupuestarias de las asociaciones deportivas andaluzas en sus diferentes modalidades de entes de promoción deportiva, federaciones deportivas y clubes deportivos, teniendo en cuenta el marco jurídico sobre la materia contenido en la Ley del Deporte en Andalucía del año 1998 y su ulterior desarrollo normativo más específico, recogido en el Decreto 7/2000 de federaciones deportivas, clubes deportivos y entes de promoción deportiva.

### **ABSTRACT**

This article makes an analysis of the economic regime, accounting and budget obligations of the Andalucía sport Associations in their different types of Sport Promotion Companies, Sport Federations and Sport Clubs, bearing in mind the juridical frame on this issue contained in the Andalucía Sport Law of 1998 and its posterior specific development by the Decree 7/2000 of Sport Federations, Sport Clubs and Sport Promotion Companies.

**PALABRAS CLAVE:** contabilidad financiera, asociaciones deportivas andaluzas, régimen económico-financiero, obligaciones patrimoniales.

**KEY WORDS:** financial accounting, Andalucía sport associations, economic regime, assets regime, assets obligations.

## **PLANTEAMIENTO DE LA CUESTIÓN**

El presente trabajo tiene como objetivo fundamental la realización de un análisis del estado actual de la cuestión en relación a los diferentes sistemas de registro<sup>1</sup> de información económica y financiera de las diversas asociaciones deportivas con domicilio social en Andalucía en sus diferentes variedades de entes de promoción deportiva, federaciones deportivas y clubes deportivos, teniendo en cuenta el marco jurídico sobre la materia contenido en la Ley del Deporte aprobada por el Parlamento de Andalucía en el año 1998 y su ulterior desarrollo normativo más específico recogido en el Decreto 7/2000 aprobado por la Junta de Andalucía en el año 2000.

A este respecto, analizaremos el régimen económico-financiero de las asociaciones deportivas ubicadas en la Comunidad Andaluza que se deriva de la legislación citada, centrándonos en las sociedades anónimas deportivas andaluzas, así como también en las federaciones deportivas enclavadas en el territorio andaluz. De la misma manera, procederemos a analizar y examinar desde el mismo enfoque jurídico, las obligaciones contables, patrimoniales y presupuestarias de la diferente tipología de entidades deportivas no lucrativas en Andalucía.

En efecto, la práctica deportiva ha adquirido una relevancia cada vez mayor a lo largo de las últimas décadas, como fenómeno social de especial impacto en el territorio de la Comunidad Autónoma andaluza. En este sentido, la actividad deportiva actúa como un factor corrector de desajustes sociales, mejorando la salud física y mental de los individuos –y, por ende, la calidad de vida–, favoreciendo la inserción en el entorno social, canalizando el tiempo de ocio de las personas y estimulando la solidaridad mediante la realización de deportes en grupo o en equipo.

---

<sup>1</sup> En relación a este tema pueden consultarse la Orden del Ministerio de Economía y Hacienda de 2 de febrero de 1994, por la que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las Federaciones deportivas, BOICAC N° 16, BOE 09.02.94; así como también, la Orden del Ministerio de Economía y Hacienda, de 23 de junio de 1995, por la que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las Sociedades Anónimas Deportivas, BOICAC N° 23, BOE 30.06.95.

De esta forma, se hace necesario el hecho de fomentar, impulsar y favorecer la práctica deportiva en unas condiciones mínimamente admisibles, procediendo a su coordinación y ordenación por parte de los poderes públicos pertinentes. En este ámbito, el Estatuto de Autonomía<sup>2</sup> andaluz atribuye a la Comunidad Autónoma andaluza la competencia exclusiva sobre el deporte y el ocio en relación a las asociaciones deportivas que desarrollen sus funciones dentro del territorio andaluz.

Consecuentemente, la aprobación de la Ley del Deporte<sup>3</sup> en Andalucía en 1998, establecía el marco jurídico apropiado para regular de manera concreta el régimen al que se somete la práctica deportiva en el entorno geográfico andaluz<sup>4</sup> con el objetivo de garantizar los derechos de los ciudadanos, en general, y de los deportistas, en particular, a realizar actividades deportivas, en condiciones favorables para la salud, de manera libre, voluntaria y sin discriminación alguna. De esta manera, la Comunidad Autónoma de Andalucía se configura como el verdadero artífice<sup>5</sup> de la formulación y la planificación de la política deportiva general mediante una adecuada y correcta labor de fomento y tutela en el ámbito deportivo.

El Título I de la Ley del Deporte en Andalucía de 1998 recoge en su artículo primero que el objeto de la citada Ley consiste en ordenar, promocionar y coordinar la actividad deportiva en el ámbito de las competencias de la Comunidad Autónoma andaluza. Además, en el artículo segundo se establecen como principios rectores fundamentales que deben guiar la actuación de los poderes públicos andaluces, entre otros, los siguientes:

1. *El derecho de todo ciudadano a conocer y practicar libre y voluntariamente el deporte en condiciones de igualdad y sin discriminación alguna.*

---

<sup>2</sup> Más concretamente, dichas competencias quedan recogidas en el artículo 13.31 del Estatuto de Autonomía para Andalucía.

<sup>3</sup> Ley 6/1998, de 14 de diciembre, del Deporte en Andalucía.

<sup>4</sup> Siempre respetando el ámbito competencial del Estado en esta materia recogido en la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte en España.

<sup>5</sup> Tal como puede comprobarse analizando el Título II de la Ley 6/1998, de 14 de diciembre, del Deporte op., cit.

2. *La consideración del deporte como actividad de interés general que cumple funciones sociales, culturales y económicas.*
3. *El entendimiento de la práctica deportiva como un factor esencial para la salud, el aumento de la calidad de vida y el bienestar social y el desarrollo integral de la persona.*
4. *La promoción de las condiciones que favorezcan el desarrollo del deporte para todos, con atención preferente a las actividades físico-deportivas dirigidas a la ocupación del tiempo libre, al objeto de desarrollar la práctica continuada del deporte con carácter recreativo y lúdico.*
5. *La implantación y desarrollo de la educación física y el deporte en los distintos niveles, grados y modalidades educativas, así como la promoción del deporte en la edad escolar mediante el fomento de las actividades físico-deportivas de carácter recreativo o competitivo.*
6. *La promoción del deporte de competición y el establecimiento de mecanismos de apoyo a los deportistas andaluces de alto nivel y de alto rendimiento.*
7. *La promoción y regulación del asociacionismo deportivo y, en general, de la participación social y del voluntariado; la tutela, dentro del respeto a la iniciativa privada, de los niveles asociativos superiores, velando especialmente por el funcionamiento democrático y participativo de las estructuras asociativas.*
8. *La difusión y defensa del deporte andaluz en Andalucía y en los ámbitos estatal e internacional.*

9. *La coordinación y la planificación de las actuaciones de las distintas Administraciones públicas para el desarrollo del sistema deportivo andaluz.*

*La promoción, dentro de la Comunidad Autónoma, de la celebración de grandes manifestaciones deportivas en coordinación con otras Administraciones públicas y organismos e instituciones estatales e internacionales.*

## **LAS ENTIDADES DEPORTIVAS EN ANDALUCÍA**

El artículo 16 de la Ley del Deporte en la Comunidad Andaluza considera asociaciones deportivas a los clubes deportivos, federaciones deportivas y entes de promoción deportiva radicados dentro del territorio de la referida Comunidad Autónoma.

En primer lugar, se consideran *clubes deportivos andaluces*<sup>6</sup> a las asociaciones sin ánimo de lucro, con personalidad jurídica, que tengan por objeto principal la práctica del deporte, que desarrollen su actividad básicamente en Andalucía y que se encuentren debidamente inscritos en el Registro Andaluz de Entidades Deportivas.

En segundo lugar, las *federaciones deportivas*<sup>7</sup> andaluzas son entidades privadas, sin ánimo de lucro, con personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar que tienen por objetivos básicos la promoción, práctica y desarrollo de las modalidades deportivas propias de cada una de las mismas. Las federaciones deportivas andaluzas son formas asociativas de segundo grado a las que se les reconoce, por primera vez dentro del ámbito de la legislación andaluza, *naturaleza jurídico-privada*, al mismo tiempo que se les atribuye el ejercicio de funciones públicas de carácter administrativo tales como: la organización de actividades y competiciones oficiales de ámbito autonómico;

---

<sup>6</sup> Vid. Título III, Capítulo II, arts. 16-18 de la Ley del Deporte de 1998, op., cit.

<sup>7</sup> Ibidem, Título III, Capítulo III, arts. 19-25.

expedición de licencias deportivas para participar en competiciones oficiales; asignación, coordinación y control de la correcta aplicación que sus asociados den a las subvenciones y ayudas de carácter público concedidas a través de la federación; potestad disciplinaria, etc.

Por otra parte, la inscripción en el Registro Andaluz de Entidades Deportivas constituye requisito esencial para la creación de federaciones deportivas andaluzas. Además, la Ley<sup>8</sup> andaluza reconoce a las federaciones andaluzas el carácter de entidades de *utilidad pública*, lo cual supone una medida estimuladora que conlleva beneficios de diverso alcance: fiscales (exenciones tributarias), jurídicos (solicitud de la expropiación forzosa en cuanto beneficiarias de la misma), financieros (prioridad en la concesión del crédito oficial), etcétera.

En tercer lugar, los *entes de promoción deportiva*<sup>9</sup> de Andalucía son asociaciones deportivas, sin ánimo de lucro, con personalidad jurídica, que tienen por finalidad exclusiva la promoción y organización de actividades deportivas, con finalidades lúdicas, formativas o sociales. Asimismo, los entes de promoción deportiva de Andalucía podrán ser reconocidos de utilidad pública de acuerdo con la legislación general del Estado y estarán constituidos por clubes o entidades que estén inscritos en el Registro Andaluz de Entidades Deportivas y que promuevan u organicen, además de actividades deportivas, actividades de carácter lúdico, formativo o social, entre otras.

Por último, los entes de promoción deportiva podrán colaborar con las Administraciones públicas y con las federaciones deportivas andaluzas en la promoción de las diferentes modalidades deportivas; participar en la elaboración y diseño de los planes y programas de promoción del *deporte para todos* y en la ejecución de los mismos; colaborar con la Administración de la Junta de Andalucía en la formación de

---

<sup>8</sup> Dentro del marco legislativo predefinido por los arts. 44-45 de la Ley 10/1990 del Deporte en España, op. cit.

<sup>9</sup> Vid. Título III, Capítulo IV, arts. 29-32 de la Ley del Deporte de 1998, op. cit.

voluntarios, técnicos y dirigentes deportivos y gestionar instalaciones deportivas de titularidad pública, de acuerdo con la legislación de patrimonio.

## **RÉGIMEN ECONÓMICO Y FINANCIERO**

El Decreto 7/2000 de entidades deportivas<sup>10</sup> andaluzas define a las mismas cómo asociaciones privadas, con personalidad jurídica, sin ánimo de lucro y con domicilio social en Andalucía que, constituidas al amparo de la Ley 6/1998, de 14 de diciembre, del Deporte, y del citado Decreto: *“tengan por objeto exclusivo o principal el fomento y la práctica del deporte en una o varias modalidades deportivas y desarrollen su actividad básicamente en Andalucía. Las entidades deportivas andaluzas se clasifican, en función de su naturaleza y objeto, en clubes deportivos, federaciones deportivas y entes de promoción deportiva”*.

Finalmente, las entidades públicas o privadas que desarrollen actividades deportivas con carácter accesorio respecto de su objeto principal y las secciones deportivas podrán ser consideradas como entidades deportivas, si cumplen las condiciones establecidas en el referido Decreto del año 2000.

En relación al régimen económico<sup>11</sup> de los clubes deportivos en la Comunidad Autónoma de Andalucía podemos destacar los siguientes aspectos:

- 1) Tienen la posibilidad de adquirir y ostentar la titularidad de bienes muebles e inmuebles, valores y demás derechos, pero sólo podrán destinar los rendimientos obtenidos al cumplimiento de las actividades que les son propias y de su objeto asociativo específico.

---

<sup>10</sup> Título I, art. 1 del Decreto 7/2000, de 24 de Enero, de Entidades Deportivas Andaluzas, BOJA, núm. 14, de 5 de febrero.

<sup>11</sup> *Ibidem*, Título II, Capítulo III, art. 10.

- 2) Pueden gravar y enajenar sus bienes, tomar dinero a préstamo e incluso emitir títulos transmisibles representativos de deuda o parte alícuota patrimonial. En este último caso, los títulos serán nominativos, destinados a los socios o asociados del club; las operaciones de emisión deberán ser autorizadas por una mayoría de dos tercios de la Asamblea General y, por último, los actos de emisión no comprometerán de forma irreversible el patrimonio del club y deben ser comunicados a la federación deportiva correspondiente.
- 3) No pueden repartir beneficios entre sus miembros, aunque sí podrán disminuir las cuantías de las aportaciones o cuotas de los socios cuando los rendimientos e ingresos generales lo permitan, mediante justificación contable suficiente.
- 4) Todos los ingresos de los clubes deportivos deben aplicarse, exclusivamente, al cumplimiento de su objeto asociativo.

De la misma forma, el artículo 18 del citado Decreto del año 2000 recoge que los clubes deportivos andaluces que, por participar en competiciones deportivas oficiales de carácter profesional, deban adoptar la forma de sociedad anónima deportiva, se registrarán por lo dispuesto en la normativa estatal aplicable.

Por otra parte, las federaciones deportivas<sup>12</sup> andaluzas pueden desarrollar las competencias económico-financieras que exponemos a continuación: gravar y enajenar bienes<sup>13</sup> inmuebles, salvo los que le sean cedidos por las Administraciones Públicas, siempre que con ello no se comprometa de modo irreversible el patrimonio federativo;

---

<sup>12</sup> *Ibidem*, Título IV, Capítulo VI, art. 59.

<sup>13</sup> En torno a este asunto, el artículo 62 del Decreto del año 2000 especifica que: “*El gravamen y enajenación de los bienes inmuebles financiados, en todo o en parte, con subvenciones o fondos públicos de la Comunidad Autónoma de Andalucía requerirán autorización previa de la Dirección General de Actividades y Promoción. Además, el gravamen y enajenación de los bienes muebles, financiados total o parcialmente con fondos públicos, requiere autorización cuando se superen los dos millones de pesetas (12.020,24 euros)*”.

emitir títulos representativos de deuda o de parte alicuota patrimonial, de acuerdo con la normativa reguladora de la materia; ejercer actividades de carácter industrial, comercial, profesional o de servicios, siempre que los posibles beneficios sean destinados al cumplimiento de su objeto social, teniendo en cuenta que, de ninguna manera, podrán repartirse directa o indirectamente los posibles beneficios entre los integrantes de la federación; comprometer gastos de carácter plurianual y, en último término, tomar dinero a préstamo.

### **CONTABILIDAD, PATRIMONIO Y PRESUPUESTO**

En relación al régimen documental y contable<sup>14</sup> de los clubes deportivos, deberá integrarse por los siguientes documentos que deben ser diligenciados, con carácter previo, por el Registro Andaluz de Entidades Deportivas:

- a) Un libro de *actas*, en el que se consignarán todas las que se levanten de las reuniones celebradas por los diferentes órganos colegiados del club, debidamente suscritas por el Presidente y el Secretario.
- b) Un libro de *contabilidad*, en el que figurará un resumen de los presupuestos anuales del club, con relación de ingresos y gastos del mismo, especificando las ayudas que proceden de las Administraciones Públicas.
- c) Un libro de *registro de socios*, en el que deberá haber constancia de los socios del club, con expresión de las fechas y causas de las altas y bajas de los mismos, haciendo constar, asimismo, las incidencias que afecten a los cargos del club, con independencia de que figuren en el libro de actas.

---

<sup>14</sup> *Ibídem*, Título II, Capítulo III, art. 11.

A este respecto, conviene aclarar que los clubes deportivos andaluces podrán ser reconocidos de utilidad pública<sup>15</sup> en Andalucía, siempre que los clubes solicitantes suscriban un compromiso específico en relación a la presentación periódica de memoria de actividades, presupuestos y contabilidad, régimen de gobierno y administración; que su organización y funcionamiento se ajuste a lo previsto en la Ley 6/1998, de 14 de diciembre, del Deporte y en sus disposiciones de desarrollo; que, salvo por razones objetivas y no discriminatorias, debidamente justificadas, no se limite el acceso de socios y, por último, que las cuotas que satisfagan sus miembros no superen las cantidades y los conceptos que se determinen reglamentariamente.

La Ley del Deporte en Andalucía de 1998 establece en su artículo 26 el régimen presupuestario de las federaciones deportivas andaluzas, afirmando que las mismas tienen presupuesto y patrimonio propios y deberán someter su contabilidad y estado económico o financiero a las prescripciones legales<sup>16</sup>. Además, el artículo 60 del Decreto de entidades deportivas andaluzas del año 2000, vuelve a recalcar que las federaciones deportivas andaluzas deberán someter su contabilidad y estados económicos o financieros a las prescripciones legales aplicables en la materia.

En este sentido, las federaciones deportivas andaluzas tienen presupuesto y patrimonio<sup>17</sup> propio para el cumplimiento de sus fines, debiendo aplicar la totalidad de sus rentas a los fines deportivos para los que se constituye. Igualmente, el patrimonio de las federaciones deportivas andaluzas está integrado por los bienes y derechos propios y por los que le sean cedidos por la Administración de la Junta de Andalucía o cualesquiera otras Administraciones públicas. Las federaciones deportivas andaluzas no podrán aprobar presupuestos deficitarios, salvo autorización expresa de la Consejería de Turismo y Deporte.

---

<sup>15</sup> *Ibidem*, Título II, Capítulo III, art. 15.

<sup>16</sup> En concreto a la Orden del Ministerio de Economía y Hacienda de 2 de febrero de 1994, por la que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las Federaciones deportivas, op., cit.

<sup>17</sup> Título IV, Capítulo VI, art. 59, Decreto 7/2000, de 24 de Enero, op., cit.

Asimismo, los estatutos<sup>18</sup> de las federaciones deportivas andaluzas regularán dentro de sus contenidos, de manera obligatoria, el régimen económico-financiero, presupuestario y patrimonial, con absoluta precisión del carácter, procedencia, administración y destino de sus recursos económicos o rentas patrimoniales; el régimen de administración y el régimen documental que comprenderá necesariamente y como mínimo un libro para el registro de sus miembros, un libro de actas de los órganos de gobierno, un libro de contabilidad y un sistema de archivo o registro.

Finalmente, las federaciones deportivas andaluzas tendrán que someter su contabilidad a una auditoría<sup>19</sup> o a la verificación contable, en los términos que reglamentariamente se determinen para recibir subvenciones y ayudas de la Administración de la Junta de Andalucía.

En último término, sin menoscabo de lo dispuesto en el Título VIII de la Ley 5/1983, de 19 de julio de Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma, para recibir subvenciones y ayudas de la Administración autonómica de Andalucía, las federaciones deportivas andaluzas deberán someterse, cada dos años como mínimo o cuando la Dirección General de Actividades y Promoción Deportiva lo estime necesario, a auditorías<sup>20</sup> financieras y de gestión sobre la totalidad de sus gastos o, en su caso, a verificaciones de contabilidad. Las federaciones deportivas andaluzas tienen el deber de remitir los informes de dichas auditorías a la citada Dirección General.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Decreto 7/2000, de Entidades Deportivas Andaluzas, de 24 de Enero, BOJA, núm. 14, de 5 de febrero.

---

<sup>18</sup> *Ibidem*, Título IV, Capítulo III, art. 38.

<sup>19</sup> Vid. art. 26 de la Ley del Deporte en Andalucía de 1998, *op.*, cit.

<sup>20</sup> Vid. art. 61 del Decreto de Entidades Deportivas andaluzas del 2000, *op.*, cit.

Estatuto de Autonomía de Andalucía de 1981, aprobado por Ley Orgánica 6/1981, de 30 de diciembre.

Estatuto de Autonomía de Andalucía de 2007 aprobado por Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía.

Ley 5/1983, de Hacienda Pública de la Comunidad Autónoma de Andalucía, de 19 de julio

Ley 10/1990, del Deporte en España, de 15 de octubre.

Ley 6/1998, del Deporte en Andalucía, de 14 de diciembre.

Ley 50/1998, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social, BOE 31/12/98.

Orden del Ministerio de Economía y Hacienda de 2 de febrero de 1994, por la que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las Federaciones deportivas, BOICAC Nº 16, BOE 09.02.94.

Orden del Ministerio de Economía y Hacienda, de 23 de junio de 1995, por la que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las Sociedades Anónimas Deportivas, BOICAC Nº 23, BOE 30.06.95.

Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre por el que se aprueba el nuevo Plan General de Contabilidad 2007, publicado en el BOE el martes 20 de noviembre de 2007.

## **NORMAS A SEGUIR EN LA PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES DEPORTIVAS EN EL MEDIO NATURAL**

**Antonio J. Monroy Antón**

Doctor Europeo en CC. de la Actividad Física y del Deporte

Universidad Autónoma de Madrid

### **RESUMEN**

Al planificar una actividad deportiva en el medio natural, son muchos los aspectos que se deben considerar. Aspectos materiales, formales, personales y de todo tipo. Algunas de las consideraciones que se exponen a continuación son aplicables a la realización, por ejemplo, de excursiones individuales y otras son sólo aplicables a las grupales, pero todas ellas tienen la misma finalidad: la consecución del mejor aprovechamiento posible de la actividad –en este caso el excursionismo–, incluso cuando se presenten factores aleatorios de difícil previsión.

### **ABSTRACT**

When planning sport activities in open spaces, there are many aspects to be considered. Material, formal and personal matters apart from many others. Some of the things recommended in this article are applicable to the organization, for example, of individual excursions while some others are directed to those in groups, but the objective of all of them is the same: to get the best possible profitability from the activity, even when non predictable random factors appear.

**PALABRAS CLAVE:** organización, medio natural, deporte, excursionismo.

**KEY WORDS:** organization, open spaces, sport, hiking.

## **INTRODUCCIÓN**

En la realización de un evento deportivo, la planificación correcta es un aspecto básico. Dentro de los eventos deportivos, las actividades deportivas en el medio natural son una parcela en la que se torna particularmente peligrosa la improvisación y que, por tanto, no se pueden realizar sin una planificación previa, tanto por la necesidad de garantizar la seguridad de los implicados, como por el mayor aprovechamiento que se producirá si dicha planificación ha sido correctamente estudiada y ejecutada.

Son muchos los aspectos que pueden influir en esa planificación. Aspectos materiales, formales, personales y de todo tipo. Todos ellos, a su vez, revisten caracteres especiales en función de la actividad deportiva que se vaya a realizar, pues no es lo mismo el senderismo que la escalada, el rappel o el esquí.

Por ello, a la hora de establecer normas de planificación, es necesario centrarse en una actividad deportiva concreta, si bien muchas de aquéllas serán aplicables a otras diversas actividades de las que se realicen en el medio natural.

Algunas de las consideraciones que se exponen a continuación son aplicables a la realización, por ejemplo, de excursiones individuales y otras son sólo aplicables a las grupales, pero todas ellas tienen la misma finalidad, que es la expuesta más arriba: la consecución del mejor aprovechamiento posible de la actividad -en este caso el excursionismo-, incluso cuando se presenten factores aleatorios de difícil previsión.

A la hora de planificar una excursión, se pueden distinguir tres etapas:

- la anterior al recorrido
- la del recorrido
- la posterior al recorrido.

Cada una de ellas conlleva unos matices diferentes y una planificación, por consiguiente, distinta. A continuación se expondrán las ideas generales que deben presidir la planificación de cada fase, si bien ha de quedar claro que todas ellas se planificarán antes de la excursión, sin dejar nada al azar.

**a) FASE ANTERIOR AL RECORRIDO**

En esta primera fase ha de pensarse en<sup>1</sup>:

- cuál es la demanda potencial por parte de los usuarios, lo cual marcará inevitablemente el recorrido de la excursión (no es lo mismo que los potenciales excursionistas sean amantes de la montaña que de las praderas o, incluso, de las zonas áridas)
- cuáles son los recursos materiales de los que se dispone
- cuáles son los recursos naturales de los que se dispone y la normativa referente al mismo
- la posibilidad de modificar el entorno natural o no (siempre, lógicamente, que se garantice su conservación)
- cuál es el objetivo de la excursión (cultural, ánimo de lucro para los organizadores, deportivo, etc.)
- qué tipo de usuarios son los que van a llevar a cabo la excursión (el nivel de dificultad no puede ni debe ser el mismo para jóvenes que para la tercera edad)
- el impacto ambiental que puede tener la excursión
- etc.

---

<sup>1</sup> Los detalles de esta primera etapa han sido muy bien expuestos en las Actas del V Seminario aragonés sobre actividades físico-deportivas y municipios: “Actividades Deportivas y de Recreación en el medio natural”, Teruel, 1986, págs. 40 a 44.

## **b) DURANTE EL RECORRIDO**

Si bien todas las fases son importantes, la fase principal de una excursión parece sin duda aquella en la que se lleva a cabo el recorrido. En ella deben tenerse en cuenta aspectos tales como:

- el trazado del itinerario según edad, experiencia, condición física y técnica, etc., de los participantes
- el equipo necesario (alimentos, botiquín, instrumentos de higiene personal,...)
- la previsión de los monitores (normalmente uno por cada 10-15 personas) fijando, en caso de que sean varios, un coordinador general
- establecer el reparto de tareas entre los monitores o incluso, en determinadas tareas, entre los excursionistas
- las normas de comportamiento para los usuarios (permanencia unidos durante el trayecto, adaptación del ritmo al más lento, vigilancia los unos sobre los otros, animarse mutuamente, etc.)
- normas de seguridad para los usuarios (utilizar protección solar o gorras si es necesario, realizar paradas cortas para hidratarse y comer algo ligero, ...)
- ordenación de las mochilas y del equipo a utilizar
- marcar un ritmo funcional en las subidas y conducir las bajadas, indicando los obstáculos, dificultades y cualquier otra indicación interesante
- ritmo a seguir
- duración aproximada según el ritmo
- itinerario alternativo en caso de mal tiempo, terreno impracticable o similar
- determinar la fecha de la excursión
- estudiar las características físicas de los excursionistas (el nivel de dificultad no puede ni debe ser el mismo para jóvenes que para la tercera edad)

---

<sup>2</sup> Éstas y otras más se pueden encontrar en CASADO, F. *El desplazamiento y la permanencia en el medio natural*. Madrid: INEF, sin fecha de publicación, p. 61 y siguientes.

- el impacto ambiental que puede tener la excursión
- determinar el equipo necesario (ropa, alimentos, instrumentos de higiene y primeros auxilios, etc.)
- fijar el medio de transporte hasta el lugar de la excursión, si es que el desplazamiento es en grupo
- no arrojar desperdicios al suelo
- utilizar protección solar o gorras
- realizar paradas cortas para hidratarse y comer algo ligero
- ordenar las mochilas y el equipo a utilizar
- transitar sólo por lugares permitidos y senderos adecuados, evitando atajos que puedan producir daños o lesiones en los excursionistas
- no encender fuegos salvo en los lugares adecuados, y apagando siempre los rescoldos
- cerrar los portones o verjas que se encuentren, para impedir que escape el ganado si es que lo hay
- cruzar las tierras de labranza por los senderos y no por los sembrados
- en caso de llevar perros, siempre atados
- no verter productos contaminantes, especialmente en fuentes o vías de agua
- no arrancar flores, plantas ni ramas.

### **c) DESPUÉS DEL RECORRIDO**

A pesar de que tradicionalmente no se presta una gran atención a esta fase, no deja de tener su importancia, pues es con la planificación de la misma como se podrá evaluar si se han conseguido los objetivos planteados al inicio o no, además de servir de guía para la minimización de errores en futuras excursiones.

Por ello, al planificar lo que debe ocurrir después de terminado el recorrido, se debe hacer hincapié en los siguientes conceptos:

- comprobación del estado físico de todos los usuarios
- comprobación del material
- puesta en común de la experiencia, con sus aspectos tanto positivos como negativos
- proponer como tarea voluntaria la realización de una memoria del desplazamiento.

Evidentemente, estas pautas de planificación son variables, como ya se ha indicado, y sujetas al tipo de persona y a los objetivos que se pretendan conseguir, pero pueden servir de base general para el correcto desarrollo de una excursión tipo en el medio natural.

Sería beneficioso que, en el futuro, se implantase legalmente una serie de requisitos mínimos de planificación obligatorios para todas las empresas o centros de enseñanza que pretendan realizar excursiones grupales en el medio natural, lo que redundaría en beneficio de todos y en un mejor aprovechamiento de estas excursiones.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Actas del V Seminario aragonés sobre actividades físico-deportivas y municipios: “Actividades Deportivas y de Recreación en el medio natural”, Teruel, 1986.

BERGER, K. *Senderismo*. Madrid: Espasa Calpe, 2006.

CASADO, F. *El desplazamiento y la permanencia en el medio natural*. Madrid: INEF, sin fecha de publicación.

**¿TIENEN LOS PADRES PARTE DE LA RESPONSABILIDAD EN LA  
SALUD PRESENTE Y FUTURA DE SUS HIJOS ADOLESCENTES?**

**Carlos Alberto Cordente Martínez**

Doctor en CC. De la Actividad Física y del Deporte  
Universidad Politécnica de Madrid

**Pilar García Soidán**

Universidad de Vigo

**Manuel Sillero Quintana**

Doctor en CC. De la Actividad Física y del Deporte  
Universidad Politécnica de Madrid

**RESUMEN**

A la hora de hablar de salud, hay que eliminar el término curar y hacer referencia al de prevenir. En el presente estudio se analizan en 35 institutos de la Comunidad de Madrid el Nivel de Actividad Física (NAF), PA, composición corporal y otros factores en jóvenes para determinar el grado de responsabilidad que tienen los padres para con sus hijos en lo que a salud se refiere. Se han utilizado varios métodos y referencias que han servido para determinar los resultados y conclusiones obtenidas, entre las que destacan la gran influencia de los padres en cuanto a hábitos deportivos y de alimentación, y el mantenimiento de ciertas actitudes permisivas que van en detrimento de los hábitos saludables de los jóvenes.

**ABSTRACT**

When talking about health, the word cure has to be eliminated and replaced by prevention. In this work we analyze in 35 public institutes of the Madrid Region the level of Physical Activity (NAF), PA, body composition and some other factors in young people in order to determine the level of responsibility the parents have regarding their children's health. Several methods and references have been used to determine the results and conclusions obtained, standing out the big influence of parents in relation with sport and nutrition habits, and the maintenance of certain permissive attitudes that are harmful for those healthy habits of young people.

**PALABRAS CLAVE:** salud, educación, adolescente, prevención, jóvenes, actividad física.

**KEY WORDS:** health, education, adolescent, prevention, young people, physical activity.

## INTRODUCCIÓN

Ampliando el viejo aforismo, podríamos decir que somos lo que consumimos. Somos en el sentido de ser, estar, disfrutar o padecer, y consumimos en el sentido no restrictivo del término; es decir, tanto lo que materialmente consumimos como los hábitos, costumbres y formas de comportamiento que asumimos.

La salud es un deseo y un derecho básico asumido por toda la población y recogido incluso en nuestra Carta Magna. En una sociedad concreta como la española, con una situación socioeconómica determinada, existen modelos y pautas de comportamiento y consumo que presentan una incidencia directa, bien sea positiva o negativa, sobre la salud<sup>1</sup>.

La mayoría de autores consideran que los mejores resultados en la promoción de la salud se obtienen desde una perspectiva preventiva. Exponen que dicha promoción de la salud surge de llevar una vida equilibrada, es decir, habituarse a una vida saludable. Sánchez Bañuelos (1996) señala que la pauta de comportamiento más habitual respecto a la salud consiste en acudir al médico una vez contraída la enfermedad para que la erradique y de esta forma la salud quede restaurada. Las pautas alternativas consistirían en adoptar comportamientos que disminuyan la probabilidad de contraer una serie de afecciones comunes, con lo que las visitas al médico disminuirían considerablemente, así como todo el malestar y el sufrimiento asociados a los procesos de enfermedad evitados, pero esto implica una concepción de la salud y de la medicina radicalmente diferente a la única ausencia de enfermedad.

Para la promoción de la salud, es esencial proporcionar los medios para que, a lo largo de su vida, la población se prepare para las diferentes etapas de la misma y afronte las enfermedades y lesiones crónicas. Esta labor se debe realizar en las escuelas, los hogares, los lugares de trabajo y el ámbito comunitario.

---

<sup>1</sup> ALTUNA, M.; ÁLVARO, J.L. “Jóvenes, salud y consumo”. *Catorce Treinta*. 1992, núm. 5, p. 20-32.

Los diversos estudios que tratan los factores que influyen en los hábitos saludables en los niños y adolescentes señalan la importancia de los factores sociales y del entorno<sup>2</sup>. Una cadena duradera de refuerzos provenientes de personas significativas (directamente y a través de modelos) puede explicar el mecanismo mediante el cual las personas significativas consiguen influenciar la participación de niños y adolescentes en actividades saludables durante su tiempo de ocio.

Por ejemplo, en lo que respecta a los estudios realizados sobre hábitos deportivos de los españoles en las últimas décadas, han dejado suficiente evidencia empírica de la influencia positiva de la familia en la configuración de tales hábitos. No se trata tanto de que el deporte se tienda a practicar en familia, sino más bien de la importante influencia de un padre o madre que hagan deporte sobre los hábitos deportivos de los hijos. Posiblemente, lo mismo se pueda decir con respecto a los hábitos alimenticios, de consumo de tabaco o alcohol, etc.

Reconociendo las limitaciones de este tipo de estudios debido a la naturaleza transversal del mismo y a las propias limitaciones de alguno de los instrumentos de medida utilizados, el objetivo de este trabajo es conocer la influencia y, por tanto, la responsabilidad que los padres ejercen en determinados parámetros relacionados con la salud presente y futura de sus hijos adolescentes.

## **MATERIAL Y MÉTODOS**

Se tomaron datos de 35 centros educativos elegidos al azar, 18 públicos y 17 privados, de 16 de los 21 distritos de Madrid por lo que la diversidad socioeconómica de la

---

<sup>2</sup> KOHL, H. W.; HOBBS, K. E. "Development of physical activity behaviors among children and adolescents". *Pediatrics*. 1998, núm.101, p. 549-554.  
NATIONAL CENTER FOR CHRONIC DISEASE PREVENTION AND HEALTH PROMOTION; Centers for Disease Control and Prevention (1997). "Guidelines for school and community programs to promote lifelong physical activity among young people". *The Journal of School Health*. 1997, vol 6, núm. 67, p. 202-219.

muestra quedó asegurada. En cada centro se midieron sujetos de 2º, 3º y 4º de ESO seleccionados aleatoriamente.

Se cuantificaron 554 encuestas válidas (95,8%), correspondientes a 266 varones y 288 mujeres. En ellas se estudiaron las siguientes variables relacionadas con la salud y la influencia (directa o indirecta) que en ellas ejercen los padres: el nivel de actividad física (NAF), la presión arterial (PA), la composición corporal, el consumo de tabaco, el consumo de alcohol y el bienestar psicológico.

Teniendo en cuenta el universo al que nos referimos (44.041 varones y 45.258 mujeres matriculados en 2º, 3º y 4º de ESO en el Municipio de Madrid durante el curso 2002-2003), se obtuvo un error muestral de  $\pm 5,6\%$  para el conjunto del Municipio de Madrid. Una excepción es el caso del estudio de la PA en el que sólo cumplieron los criterios de la OMS de estandarización en su medición<sup>3</sup> 204 varones y 270 mujeres. Con respecto a esta variable, el error muestral fue de  $\pm 6,9\%$ . En todos los casos al nivel de confianza del 95,5%. La tabla 1 muestra la distribución de los sujetos estudiados por edades y género respectivamente.

**Tabla 1**  
**Distribución de los sujetos de a muestra por edad (años cumplidos) y género**

		Género				Total	
		Varones		Mujeres			
		N	%	N	%	N	%
EDAD	12	1	0,2	3	0,5	4	0,7
	13	60	10,8	57	10,3	117	21,1
	14	79	14,3	94	17,0	173	31,2
	15	80	14,4	83	15,0	163	29,4
	16	36	6,5	32	5,8	68	12,3
	17	9	1,6	15	2,7	24	4,3
18	1	0,2	4	0,7	5	0,9	
TOTAL		266	48,0	288	52,0	554	100

<sup>3</sup> WHO Guidelines Subcommittee. 1999 World Health Organization-International society of hypertension guidelines for the management of the hypertension. J Hypertens. 1999, núm.17, p. 151-83.

A cada sujeto participante en el estudio, previa autorización de sus padres o tutores, se le encuestó y se le realizaron medidas antropométricas y de PA siguiendo un principio de garantía total del anonimato de los datos aportados.

Para medir el NAF de los sujetos de la muestra se utilizó el Cuestionario Modificable de Actividad Física para Adolescentes que previamente fue traducido y validado para su utilización en España. Teniendo en cuenta el Amsterdam Longitudinal Growth And Health Study [ALGHS]<sup>4</sup> y siguiendo las recomendaciones realizadas desde la English Health Education Authority (HEA) y el American College of Sport Medicine (ACSM), se ha utilizado la siguiente clasificación del NAF:

- >49 METs/semana = Activo/Muy activo.
- 28-49 METs/semana = Moderadamente activo.
- <28 METs/semana = Inactivo/Sedentario.

Con respecto a la medición de la PA, con el fin de evitar los sesgos del observador, se decidió utilizar aparatos electrónicos semiautomáticos (Omron 705CP) validados conforme a los criterios de la American Association of Medical Instrument y de la British Hypertension Society.

Conforme a los valores de referencia propuestos para niños y adolescentes españoles por el Grupo Cooperativo Español para el Estudio de los Factores de Riesgo Cardiovascular en la infancia y adolescencia en España<sup>5</sup>, se consideraron los valores de PA sistólica y/o diastólica para que un sujeto pueda ser considerado hipertenso, los valores que superaran el percentil 95 para su edad y género.

---

<sup>4</sup> VAN MECHELEN, W. et al. "Physical activity of young people: the Amsterdam longitudinal growth and health study". *Medicine and Science in Sports and Exercise*. 2000, núm. 32, p. 1610-1617.

<sup>5</sup> GRUPO COOPERATIVO ESPAÑOL PARA EL ESTUDIO DE LOS FACTORES DE RIESGO CARDIOVASCULAR EN LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA. "Factores de riesgo cardiovascular en la infancia y adolescencia en España. Estudio RICARDIN II: Valores de referencia". *An Esp Pediatr*. 1995, núm. 43, p. 11-17.

En cuanto a la medición del porcentaje de grasa corporal, se siguieron las recomendaciones del International Working Group of Kinanthropometry que son las seguidas por el Grupo Español de Cineantropometría [GREC]<sup>6</sup>. Se registraron los siguientes pliegues de grasa subcutánea: tríceps, subescapular, suprailíaco, abdominal, muslo anterior y pierna medial. Las mediciones fueron realizadas con un calibre de grasa de la compañía Holtain Ltd. (Dyfed, Reino Unido) que es el recomendado por el Internacional Biological Programme.

Para el cálculo del porcentaje de AC utilizamos las ecuaciones de Carter<sup>7</sup>.

- Varones: %AC = 0,1051 \*  $\sum$  6 pliegues + 2.585

- Mujeres: %AC = 0,1548 \*  $\sum$  6 pliegues + 3.580

La clasificación de los sujetos según su nivel de AC se hizo en base a los criterios del Manual de Cineantropometría de la Federación Española de Medicina Deportiva<sup>8</sup>.

El nivel de bienestar psicológico se valoró mediante el cuestionario de Salud General de Goldberg en su versión de 12 ítems (GHQ-12). Este cuestionario fue previamente validado para su uso en español. Consideramos 2 grupos diferentes en nuestra muestra considerando como punto de corte el segundo tercil (percentil 66,66) tal y como se ha hecho en recientes estudios realizados en nuestro entorno para la detección de enfermedades mentales en la población general.

En lo que se refiere al tratamiento de la información recopilada, se diseñó una aplicación en formato Microsoft Excel para la grabación de datos, que luego fueron

---

<sup>6</sup> ARAGONÉS CLEMENTE, M.T. et al. "Protocolo de medidas antropométricas". En: Esparza Ros, F., editor. *Manual de Cineantropometría*. Monografías FEMEDE. Madrid: FEMEDE; 1993 p. 35-66.

<sup>7</sup> PACHECO DEL CERRO, J.L. Valoración antropométrica de la masa grasa en atletas de elite. En Consejo Superior de Deportes, editor. *Métodos de estudio de composición corporal en deportistas*. Madrid: Ministerio de Educación y Cultura-Consejo Superior de Deportes 1996. p. 27-54.

<sup>8</sup> PORTA, J. et al. Valoración de la composición corporal. utopías y realidades. En: Esparza Ros, F., editor. *Manual de Cineantropometría*. Monografías FEMEDE. Madrid, FEMEDE 1993. p. 113-170.

depurados y analizados utilizando el programa estadístico SPSS 11.5, concluyéndose el estudio en Septiembre de 2005. En primer lugar se llevó a cabo un análisis univariante, con objeto de describir cada variable por separado, que fue complementado con el estudio de asociaciones entre variables. Para esto último se aplicó el test chi-cuadrado de independencia bivariante, por simplicidad, o el test ANOVA, si se verificaba el supuesto de normalidad, trabajando en cada caso al nivel de confianza del 95%.

## **RESULTADOS**

Exponemos a continuación las relaciones de interés para este trabajo existentes entre las diferentes variables tratadas:

Se encontró una influencia significativa de la actividad física del padre en el NAF de los varones ( $X^2 = 6,771$ ;  $p = 0,034$ ) y las mujeres ( $X^2 = 11,501$ ;  $p = 0,003$ ) de la muestra. En el NAF de las mujeres también influyó significativamente la actividad física de la madre ( $X^2 = 9,805$ ;  $p = 0,007$ ) y de los iguales ( $X^2 = 7,665$ ;  $p = 0,022$ ).

Con respecto al consumo de tabaco, se encontró una relación significativa con el NAF de los varones ( $X^2 = 14,202$ ;  $p = 0,007$ ). No se encontró relación alguna del consumo de tabaco con el NAF de las mujeres.

Se encontró que la disponibilidad semanal de dinero influye significativamente tanto en el consumo de tabaco ( $X^2 = 38,547$ ;  $p = 0,000$ ) como en el de alcohol ( $X^2 = 67,236$ ;  $p = 0,000$ ).

Otra relación de interés para este trabajo es la existente entre el NAF de las mujeres y su nivel de adiposidad corporal ( $X^2 = 21,159$ ;  $p = 0,007$ ). A mayor NAF, menor fue el nivel de adiposidad corporal entre las mujeres.

Finalmente, no se encontró relación de interés con la presión arterial.

El nivel de bienestar psicológico de las mujeres se relacionó inversamente con su consumo de tabaco ( $X^2 = 21,864$ ;  $p = 0,016$ ) y de alcohol ( $X^2 = 18,776$ ;  $p = 0,043$ ).

## **DISCUSIÓN**

Todas las relaciones encontradas en este trabajo coinciden parcial o totalmente con lo señalado en la literatura especializada. Por ello, entendemos que nuestro trabajo muestra la enorme responsabilidad que los progenitores tienen en la salud presente y futura de sus hijos e hijas.

De las seis variables estudiadas en este trabajo, tan sólo en una, la presión arterial, no se ha encontrado influencia directa o indirecta de los padres.

Se ha observado una influencia directa de los padres en la actividad física de sus hijos e hijas, principalmente en las segundas.

También se observaron influencias indirectas de los progenitores en el consumo de tabaco y alcohol de sus hijos e hijas y en el nivel de adiposidad y de bienestar psicológico de las mujeres adolescentes.

En el caso del NAF, es evidente que el ejemplo de los padres es una herramienta poderosa en los hijos.

En relación al consumo de tabaco y alcohol, se pueden ver con claridad en este trabajo tanto el origen como las consecuencias de estos problemas. Además de las influencias del grupo de iguales ya sea por cuestiones de grupalidad, simetría o experimentación, parece que sin el dinero aportado periódicamente por los padres, a los adolescentes les resulta difícil el acceso a las drogas (legales o ilegales).

En lo que respecta a las consecuencias que tienen los consumos de alcohol o tabaco en la salud de los adolescentes, además de las obvias (reducción de la capacidad respiratoria, riesgo aumentado de sufrir cáncer de pulmón, etc.), se observó en nuestro trabajo una importante influencia negativa en el bienestar psicológico de las mujeres de la muestra.

Parece que también existe una falta de educación en lo que respecta a cuestiones relacionadas con la alimentación. Es conocido el problema que las sociedades desarrolladas, entre ellas la nuestra, tienen con la “epidemia” de obesidad.

Probablemente por cuestiones hormonales, las mujeres son las primeras en sufrir este problema en su aspecto físico. Sin embargo, es más que probable que, aunque no se refleje aún en el físico de los adolescentes varones, buena parte de ellos también tengan o vayan a tener negativamente afectada su salud debido a una alimentación deficiente.

Apoyamos la idea de que la mayor parte de los problemas que hemos señalado en este trabajo relacionados con la falta de actividad física, el consumo de tabaco y alcohol, la composición corporal y el bienestar psicológico se encuentran relacionados con el mantenimiento de actitudes permisivas, con la ausencia de interiorización de las demandas sociales de auto-restricción de impulsos y con malos hábitos familiares con respecto a estas variables.

Con respecto a la familia, a la vista de nuestros resultados, parece que los padres, intencionadamente o no, son la fuerza más poderosa en la vida de sus hijos. La influencia de otros contextos sociales (medios de comunicación, grupo de iguales, escuela...) pasa normalmente por el tamiz de la familia, que puede tanto amplificar como disminuir sus efectos e influencias, sean éstos positivos o negativos.

## **CONCLUSIÓN**

Los hábitos relacionados con la salud son más influenciados entre las mujeres.

Las mujeres suponen un grupo de atención prioritaria con respecto a las variables relacionadas con la salud.

El sistema familiar juega un papel fundamental para explicar la aparición de numerosas conductas desadaptativas en los hijos.

Es preciso tomar iniciativas que lleven a los adolescentes a cubrir su necesidad de probarse a sí mismos en otros ámbitos que no sean el del consumo de drogas más o menos legales. El deporte puede ser una de esas alternativas, ya que está íntimamente ligado a la necesidad de auto-superación. El papel de los padres en este punto parece fundamental.

Debería informarse a los padres acerca de los peligros derivados de la disponibilidad de dinero por parte de sus hijos.

La educación nutricional de padres e hijos parece una necesidad fundamental para atenuar la plaga actual de obesidad entre nuestros niños y jóvenes.

Los resultados presentados en este trabajo ponen de manifiesto la importancia de la promoción de un estilo de vida activo con control de la ingesta calórica y del consumo de tabaco y alcohol. Esta afirmación no supone ninguna aportación novedosa pero abunda en lo que proponen la gran mayoría de estudios serios y de los agentes bio-sanitarios con el fin de lograr una mejora de la salud biológica, psicológica y social de nuestros adolescentes en la que los padres son, sin lugar a dudas, agentes fundamentales.

## **BIBLIOGRAFÍA**

AARON, D. J.; KRISKA, A. M. “Modifiable activity questionnaire for adolescents”. *Medicine & Science in Sports & Exercise*. 1997, núm. 29 (1 Supl 2), p. 79-52.

ALTUNA, M.; ÁLVARO, J.L. “Jóvenes, salud y consumo”. *Catorce Treinta*. 1992, núm. 5, p. 20-32.

ARAGONÉS CLEMENTE, M.T. et al. “Protocolo de medidas antropométricas”. En: Esparza Ros F, editor. *Manual de Cineantropometría*. Madrid: FEMEDE, 1993.

CORDENTE MARTÍNEZ, C. A. “Estudio epidemiológico del nivel de actividad física y de otros parámetros de interés relacionados con la salud bio-psico-social de los alumnos de E.S.O. del Municipio de Madrid”. Director: Javier Calderón Montero y Pilar García Soidán. Universidad de Castilla-La Mancha, 2006.

CORDENTE MARTÍNEZ, C.A. et al. “Relationship of the Degree of Physical Activity, Blood Pressure and Body Fat among Teenagers in Madrid”. *Revista Española de Salud Pública*. 2007, vol 3, núm.81, p. 307-317.

DIVISÓN GARROTE, J. A. “Medidas de presión arterial de forma semiautomática en el diagnóstico de la hipertensión arterial. Comparación con otros métodos diagnósticos y estudio de su variabilidad y reproducibilidad” Madrid: Universidad Autónoma de Madrid, 1998.

GARCÍA FERRANDO, M. *Tiempo libre y actividades deportivas de la juventud de España*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales (Instituto de la Juventud), 1993.

GENERALITAT VALENCIANA. Conselleria de Sanitat. Encuesta de Salud de la Comunidad Valenciana, 2005.

GOLDBERG, D; WILLIAMS, P. *Cuestionario de salud general (GHQ). Guía para el usuario de las distintas versiones*. Versiones en lengua española validadas por Lobo, A. y Muñoz, P. E. Barcelona: Masson, 1996.

GRUPO COOPERATIVO ESPAÑOL PARA EL ESTUDIO DE LOS FACTORES DE RIESGO CARDIOVASCULAR EN LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA. Factores de riesgo cardiovascular en la infancia y adolescencia en España. Estudio RICARDIN II: Valores de referencia. *An Esp Pediatr*. 1995, núm. 43, p. 11-17.

KOHL, H. W.; HOBBS, K. E. “Development of physical activity behaviors among children and adolescents”. *Pediatrics*. 1998, núm.101, p. 549-554.

NATIONAL CENTER FOR CHRONIC DISEASE PREVENTION AND HEALTH PROMOTION; Centers for Disease Control and Prevention. “Guidelines for school and community programs to promote lifelong physical activity among young people”. *The Journal of School Health*. 1997, vol 6, núm. 67, p. 202-219.

PACHECO DEL CERRO, J.L. “Valoración antropométrica de la masa grasa en atletas de elite”. En Consejo Superior de Deportes, editor. *Métodos de estudio de composición corporal en deportistas*. Madrid, Ministerio de Educación y Cultura-Consejo Superior de Deportes, 1996. p. 27-54.

PORTA, J. et al. "Valoración de la composición corporal. utopías y realidades". En: Esparza Ros F., editor. *Manual de Cineantropometría*. Monografías FEMEDE. Madrid: FEMEDE, 1993. p. 113-170.

SÁNCHEZ BAÑUELOS, F. *La actividad física orientada hacia la salud*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1996.

SIMONEN, R. et al. "Multivariate genetic analysis of lifetime exercise and environmental factors". *Medicine and Science in Sports and Exercise*. 2004, núm. 36, p. 1559-1566.

VAN MECHELEN, W. et al. "Physical activity of young people: the Amsterdam longitudinal growth and health study". *Medicine and Science in Sports and Exercise*. 2000, núm. 32, p. 1610-1617.

WEINER, J.S ; LOURIE, J.A. Human biological. *A guide to field methods*. *International Biological Programme (handbook nº 9)*. Oxford: Blackwell scientific, 1969.

WHO Guidelines Subcommittee. 1999 World Health Organization-International society of hypertension guidelines for the management of the hypertension. *J Hypertens*. 1999; 17: 151-83.