



CURSO/GUÍA PRÁCTICA GESTIÓN DE CENTROS DEPORTIVOS





Índice

¿QUÉ APRENDERÁ?	15
PRELIMINAR	17
La gestión de centros deportivos en 14 preguntas y respuestas.	17
1. ¿Qué es la Gestión de centros deportivos?	17
a. Prestar gran atención a las necesidades del cliente.	17
b. Gestión de instalaciones deportivas	18
2. ¿Cuáles son los métodos de gestión de un polideportivo público?	18
a. Comunitario directo	18
b. La organización sin fines de lucro	18
c. Intermunicipal	19
d. Asociaciones público-privadas o la creación de una empresa "vehículo" (SPV Special Purpose Vehicle) (Institutional Partnership)	19
3. ¿Por qué se dan concesiones a empresas especializadas la gestión de centros deportivos públicos?	20
a. Encontrar el equilibrio adecuado entre la función social de la oferta deportiva y la lógica empresarial	20
b. Ventajas de la gestión especializada de centros deportivos.	20
c. Financiación del proyecto deportivo por el concesionario/empresa gestora de centros deportivos.	21
4. ¿Cuáles son las fases de concesión pública de un centro deportivo?	21
a. Identificación del Polideportivo	21
b. Plan de negocio y plan de gestión deportiva.	21
c. Concesión del centro deportivo	22
d. Inicio de obras de construcción / rehabilitación del centro deportivo.	22
e. Gestión del centro deportivo durante el plazo de la concesión	22
5. ¿Cómo se valora la importancia económica en la concesión de centros deportivos?	23
a. La importancia económica del servicio deportivo	23
b. El riesgo operacional de centros deportivos.	23
c. Los cambios en los planes económicos y financieros durante la concesión.	24
6. ¿Tiene alguna instalación deportiva polivalente o está pensando en diseñar y desarrollar una?	24
a. Planificar instalaciones deportivas de usos múltiples	24
b. Identificar lo que ya existe	25
c. Evaluar la estructura de su edificio existente	25
d. Evaluar el espacio interno de su edificio	25
e. Consideraciones sobre el tiempo de conversión para instalaciones deportivas de usos múltiples	26
f. Sistemas de programación para instalaciones deportivas	26
7. ¿Abrir un centro deportivo independiente o en régimen de franquicia?	26
a. Franquicias de centro deportivos	26
b. ¿Cómo se diferenciará de la competencia?	27
c. Plan de negocio para una franquicia deportiva	28
d. Demostrar el modelo económico y las previsiones financieras.	29
8. ¿Cómo hacer un plan de negocios para un centro deportivo?	30
a. Realizar la investigación de mercado de un centro deportivo	30
b. Encontrar una localización para el centro deportivo	30
c. ¿Qué estructura legal para crear un centro deportivo?	31
d. Las necesidades humanas y materiales	31



e. El plan de marketing de un centro deportivo	31
f. Objetivos del plan de negocios de su centro deportivo	32
g. Recaudación de fondos para poner en marcha un centro deportivo	32
h. Ventajas competitivas del centro deportivo	33
i. Investigación de mercado	33
j. La estrategia comercial de un centro deportivo	33
9. ¿Cómo redactar el plan financiero de un centro deportivo?	34
a. Misión / Objetivo	34
b. Productos / Servicios	34
c. Clientes / mercado objetivo	34
d. Competencia	34
e. Plan de ingresos	34
f. La viabilidad financiera	35
g. La cuenta de resultados provisional de un centro deportivo	35
h. Estudios de pronóstico	35
i. Gastos de un centro deportivo	35
j. Punto de equilibrio (break even point)	36
k. El saldo provisional	36
10. ¿Qué utilidades tienen los programas informáticos de gestión de centros deportivos?	37
a. Gestión de catálogos de precios y tarifas	37
b. Contabilidad e informes	37
c. Estadísticas	37
11. ¿Cómo se aplica la domótica y automatización a la gestión de centros deportivos?	38
12. ¿Qué es el servicio de transmisión o grabación de video de partidos de clientes del centro deportivo?	38
13. ¿Cómo es el contrato general de afiliación del cliente/usuario de un centro deportivo?	39
14. ¿Cuáles son las condiciones Generales de los Centros Deportivos?	40
a. Respeto por los lugares / equipos	40
b. Vestuarios y guardarropa	41
c. Datos personales	41
d. Clausura del centro deportivo	41
e. Salud y seguridad	42
f. Responsabilidad	42
g. Usuario menor	43
h. Tarifas especiales	43
i. Condiciones de pago	43
j. Condiciones de cancelación	43
k. Modificaciones	44
PARTE PRIMERA	45
La gestión de centros deportivos públicos.	45
Capítulo 1. Gestión y Management de un centro deportivo público.	45
1. La gestión de centros deportivos.	45
2. Características básicas de un proyecto de centro deportivo.	46
3. Proyectos de centros deportivos autónomos o relacionados a otra actividad.	47
a. Públicos o empresas mixtas	48
b. Privados	48
c. Sociales no lucrativos.	48
4. Las organizaciones deportivas públicas y privadas.	48
a. Las organizaciones deportivas públicas.	48



Municipal _____	48
Regional. Autonómico _____	49
Estatal _____	49
b. Las organizaciones deportivas privadas sin fines de lucro. _____	49
c. Las empresas de servicios deportivos. _____	50
d. Las sociedades anónimas deportivas. _____	50
Capítulo 2. Gestión directa de los servicios deportivos municipales. _____	51
1. Modalidades de gestión directa municipal de una instalación deportiva. _____	51
a. Por el propio Ayuntamiento directamente. _____	51
b. Por el propio Ayuntamiento con entidad independiente. _____	52
c. Por organismo autónomo municipal. _____	53
d. Por organismo público. _____	56
e. Por una Sociedad Mercantil Pública: Empresa de capital municipal. _____	57
2. Gestión pública directa _____	58
3. Gestión directa por el ayuntamiento, entidad municipal o sociedad municipal.	
Ventajas y desventajas. _____	58
a. Gestión por la propia entidad local sin órgano especial de la Administración. _____	59
Integración en el presupuesto ordinario _____	59
Control total de la Corporación _____	59
Personal adscrito al servicio municipal de deportes _____	59
No contempla cauces de participación _____	59
b. Gestión por la propia entidad local CON órgano especial de la Administración. _____	60
Presupuesto independiente _____	60
Control de la Corporación _____	60
Personal adscrito al órgano especial de la Administración _____	61
Participación de las entidades ciudadanas _____	61
c. Organismo autónomo local. _____	62
d. Sociedad municipal. _____	63
Capítulo 3. Gestión indirecta de centros deportivos municipales. _____	64
1. Gestión indirecta de centros deportivos municipales. _____	64
a. Modalidades de gestión indirecta _____	65
b. Éxito de la gestión indirecta. _____	66
2. La Concesión de explotación de instalaciones deportivas municipales. _____	67
3. Concierto de gestión de las instalaciones deportivas municipales _____	68
4. Arrendamiento de las instalaciones deportivas municipales _____	68
5. Gestión participativa entre ayuntamiento y entidad particular. _____	69
6. Sociedades mixtas. _____	70
Capítulo 4. La concesión administrativa en la gestión de centros deportivos. _____	71
1. La concesión administrativa en la gestión de centros deportivos. _____	71
a. Cláusulas. _____	71
b. Contenido del contrato de concesión de obras públicas. _____	72
2. El Pliego de condiciones de las concesiones de gestión de centros deportivos municipales. _____	73
a. La gestión del centro deportivo. _____	73
b. Las obligaciones del concesionario de un centro deportivo municipal. _____	74
c. Obligaciones del ayuntamiento. _____	75
Capítulo 5. Gestión mixta entre el ayuntamiento y sociedad de una instalación deportiva municipal. _____	76
1. Gestión mixta entre el ayuntamiento y sociedad de una instalación deportiva municipal. _____	76



2. Gestión mixta mediante un club deportivo. _____	77
3. Gestión mixta mediante sociedad mercantil. _____	78
Capítulo 6. Auditoría de control de riesgos en la gestión indirecta de un centro deportivo. _____	80
1. Auditoría de control de riesgos en la gestión indirecta de un centro deportivo. ____	80
2. Gestión de riesgos en la gestión indirecta de un centro deportivo. _____	81
a. Riesgo de construcción (asumido por el adjudicatario) _____	81
Riesgo de constructor _____	81
Riesgo de incremento de costes _____	81
Riesgo de retraso _____	81
b. Riesgo tecnológico (suele ser compartido por la administración y el adjudicatario) ____	81
Riesgo de adolescencia tecnológica _____	81
Riesgo de deterioro de instalaciones _____	81
c. Riesgo de explotación (asumido por el adjudicatario) _____	81
Riesgo de demanda _____	81
Riesgo de gestión _____	81
d. Riesgos políticos (asumidos generalmente por la administración) _____	82
Riesgo de cambio de normativa. _____	82
Riesgo de tarifa _____	82
3. Inspecciones y seguimiento periódico. _____	82
PARTE SEGUNDA. _____	83
Todos los pasos para la creación de un centro deportivo. _____	83
Capítulo 7. Proceso de creación de servicio deportivo. _____	83
1. Proceso de creación de servicio deportivo. _____	83
a. Identificación de las necesidades del mercado _____	83
b. Diseño del servicio _____	83
c. Planificación de la operación _____	84
d. Desarrollo y prueba del servicio _____	84
e. Implementación del servicio _____	84
f. Evaluación y mejora continua _____	84
2. Proceso de creación de servicio deportivo. _____	85
a. ¿Qué servicio deportivo demanda la zona? _____	85
b. Creación de servicio deportivo. _____	85
c. El servicio debe estar complementado por actividades relacionadas. _____	85
d. La especialización. _____	86
3. Ubicación. _____	86
a. Zona céntrica o periferia bien comunicada. _____	86
b. Radio de influencia. _____	87
c. Parkings. _____	87
d. Normativa de ruido. _____	87
4. Caso práctico de estudio de viabilidad y plan de gestión de un centro deportivo. _	88
a. Cuestionario a realizar antes de promover un centro deportivo. _____	88
b. Análisis de la oferta deportiva de la zona. _____	89
c. Radio de influencia de cada centro deportivo existente (competencia). _____	89
Mapa de localizaciones _____	89
Radio de influencia. Tiempo que se tarda en llegar al centro deportivo (según deporte, andando, coche, etc.). _____	90
Cálculo de parámetros en función del tipo de centro deportivo. _____	90
Espacios generalistas que acercan el deporte a todas las edades. _____	90
Espacios para la práctica de deportes específicos. _____	91
Espacios para el ejercicio libre del deporte. _____	92
d. Análisis de la demanda de centros deportivos. _____	92



e. Análisis de la calidad de las instalaciones existentes. Calidad de la competencia. _____	92
La versatilidad de las instalaciones deportivas _____	93
Polivalencia de las instalaciones deportivas _____	94
f. Referencia al plan director municipal o regional/autonómico. _____	94

5. Caso práctico de un estudio de mercado para centro deportivo en zona céntrica de ciudad. _____	95
Estudio de mercado _____	95
Sector de centros deportivos y gimnasios _____	95
Estructura de la actividad deportiva _____	95
Evolución en la creación de empresas relacionadas con centros deportivos _____	95
Tamaño del mercado de centros deportivos _____	96
Previsiones para el futuro _____	96
Análisis de las empresas competidoras en el sector de los centros deportivos _____	96
Referencia a los competidores potenciales _____	96
Previsiones de ingresos _____	96
Estructura de la cuenta de resultados _____	96
Financiación _____	96
Recursos humanos _____	97
Estructura organizativa _____	97

Capítulo 8. Plan de negocio de un Centro Deportivo. Business Plan de un Centro Deportivo. _____ 98

1. Plan de negocio de un Centro Deportivo. Business Plan de un Centro Deportivo. _____	98
a. Resumen Ejecutivo _____	98
b. Análisis de Mercado _____	98
c. Estrategia de Marketing _____	98
d. Plan Operativo _____	99
e. Análisis Financiero _____	99
f. Plan de Acción _____	99
g. Anexos _____	99
2. Fase preliminar. Estudio de Viabilidad de un centro deportivo. _____	99
a. Estudios previos de viabilidad. _____	99
b. Estudio de viabilidad técnico y económico. Estrategia de desarrollo. _____	100
c. Viabilidad Económico- Financiera. _____	100
3. Impacto del diseño y la arquitectura en la explotación de un centro deportivo. _____	101
4. Marketing de Centro deportivos. _____	101
5. Estructura organizativa. _____	102
6. Caso práctico Plan de Negocio completo para un Centro Deportivo _____	103
Resumen Ejecutivo _____	103
Análisis de mercado _____	103
Estrategia y Plan de Marketing _____	103
Plan de operaciones _____	103
Plan financiero _____	104
Conclusión _____	104

Capítulo 9. El plan presupuestario que pedirá un banco para financiar un centro deportivo. _____ 105

1. Solicitar un préstamo bancario para financiar un centro deportivo _____	105
a. Inversión inicial _____	105
b. Gastos operativos _____	105
c. Proyecciones de ingresos _____	105
d. Flujo de caja _____	106
e. Análisis de mercado _____	106
f. Estrategias de marketing _____	106
g. Estrategias de contingencia _____	106
h. Conclusiones y objetivos _____	106



2. Examen preliminar de información financiera.	106
a. Los gastos de establecimiento	106
b. Inmovilizaciones materiales	107
c. Inmovilizaciones inmateriales	107
d. Inmovilizaciones financieras	107
e. Presupuesto del personal.	107
3. Plan de financiación y valoración de la capacidad financiera.	107
4. Caso práctico de un plan presupuestario para financiar un centro deportivo	108
Inversión inicial	108
Gastos operativos mensuales	108
Proyecciones de ingresos	108
Flujo de caja	108
Análisis de mercado	109
Estrategias de marketing	109
Estrategias de contingencia	109
Conclusiones y objetivos	109
Riesgos y consecuencias de posibles retrasos en los plazos de amortización del préstamo	109
PARTE TERCERA.	111
Marketing de centros deportivos.	111
Capítulo 10. Marketing de centros deportivos.	111
1. Marketing de centros deportivos.	111
a. Imagen del centro deportivo.	111
b. Oferta "social" relacionada con el deporte.	112
Programas de salud y bienestar	112
Actividades para niños	112
Servicios de entrenamiento personalizado	112
Eventos y competiciones	112
Espacios de recreación	112
c. Personal "muy seleccionado".	113
d. La fidelización de la clientela en centros deportivos.	113
2. Control informático de clientes.	114
3. Protocolo de servicio. Control de calidad del centro deportivo.	114
4. Técnicas de fidelización.	115
a. Programas de lealtad o puntos	115
b. Descuentos y promociones	115
c. Atención al cliente	116
d. Comunicación	116
5. Caso práctico de un plan de marketing para un centro deportivo en una zona con otro centro de la competencia	116
Investigación de mercado	116
Definir un público objetivo	116
Estrategias de diferenciación	117
Marketing digital	117
Publicidad	117
Programas de lealtad	117
Alianzas estratégicas	117
Medición y seguimiento	117
Capítulo 11. Canales de marketing de centros deportivos.	119
1. Sistema tradicional. Canales básicos de distribución.	119
a. Canal de distribución directo	119
b. Canal de distribución indirecto	119
2. Sistema moderno. Estrategia multicanal.	120



3. Herramientas de captación (telemarketing, internet, fidelización de clientes, etc.) 121

PARTE CUARTA 123

Control y Facility Management de instalaciones deportivas. 123

Capítulo 12. Control de instalaciones deportivas. 123

1. ¿Qué información debe tener el gestor de un centro deportivo? 123

- a. Usuarios 123
- b. Horarios 123
- c. Servicios deportivos 124
- d. Actividades 124

2. Datos personales. 124

- a. Usuarios de las instalaciones deportivas 124
- b. Registro de usuarios en instalaciones deportivas 124

3. Planning de actividades. Horario. 125

4. Control y programación de actividades deportivas. 126

- a. Control de producción de servicios deportivos 126
- b. Control sectorial por actividades 126

Capítulo 13. Fases de control de un proyecto de centro deportivo. 127

1. Control de un centro deportivo como parte de la gestión. 127

2. Fases del proceso de control de un centro deportivo. 128

- a. Fases del proceso de control en un centro deportivo 128
- b. Fases del proceso de gestión en un centro deportivo 128
- c. Caso práctico de fases del proceso de control en un centro deportivo 128
 - Establecimiento de estándares y criterios 128
 - Observación del desempeño o ejecución del proyecto 129
 - Medición 129
 - Acción correctiva 129
 - Puntos críticos de control 130
- d. Caso práctico de fases del proceso de gestión en un centro deportivo 130
 - Fase 1: Planificación 130
 - Fase 2: Ejecución 131
 - Fase 3: Control 131
 - Fase 4: Mejora continua 131

3. Herramientas de control y seguimiento de un centro deportivo. 132

- a. Software de gestión deportiva 132
- b. Cuadro de mando integral (CMI) 132
- c. Planificación de actividades 132
- d. Encuestas y feedback de los clientes 132
- e. Análisis de datos y estadísticas 132

4. Caso práctico completo de un centro deportivo que emplea las herramientas para aumentar la satisfacción de los clientes. 133

- Recolección de datos 133
- Brainstorming 133
- Diagrama de Pareto 133
- Diagrama de Ishikawa 134
- Diagrama de flujo 134

Capítulo 14. Conservación y mantenimiento de los centros deportivos. 135

1. Mantenimiento preventivo de un centro deportivo. 135

- a. Planificación 135
- b. Inspección 135
- c. Mantenimiento 135
- d. Reparación 136



2. Reparaciones ordinarias en un centro deportivo.	136
a. Corrección	136
b. Remodelación	136
c. Conservación	137
d. Reparación	137
Mantenimiento ordinario	138
Mantenimiento correctivo	138
Mantenimiento extraordinario	138
Mantenimiento de choque	138
3. El plan de mantenimiento.	139
a. Soporte documental.	139
b. Periodicidad de las tareas de mantenimiento.	140
c. Control presupuestario.	140
4. Caso práctico del plan de mantenimiento de un centro deportivo.	140
a. Medidas a realizar	141
Inspección de las instalaciones	141
Planificación de las tareas de mantenimiento	141
Priorización de las tareas	141
Establecimiento de un presupuesto	141
Establecimiento de un programa de mantenimiento preventivo	141
b. Plan de mantenimiento	141
Área: Piscina	141
Área: Gimnasio	142
Área: Canchas de tenis	142
Área: Campo de fútbol	142
PARTE QUINTA	144
Gestión económica de un centro deportivo.	144
Capítulo 15. Presupuesto. Gestión económica de un centro deportivo.	144
1. Control exhaustivo de los gastos e ingresos generados por la instalación deportiva.	144
2. Aspectos esenciales de la gestión económica de un centro deportivo.	145
a. Presupuesto	145
b. Fijación de precios	145
c. Control de gastos	145
d. Marketing	145
e. Diversificación de ingresos	146
f. Financiación	146
3. Caso práctico de gestión económica de un centro deportivo.	146
a. Introducción	146
b. Presupuesto anual	147
Ingresos	147
Gastos	147
Mantenimiento	147
Energía y servicios públicos	147
Equipamiento y suministros	147
Alquiler y mantenimiento de instalaciones	148
Otros gastos	148
c. Conclusiones	148
Capítulo 16. Plan de viabilidad de un centro deportivo. Rentabilidad y viabilidad.	149
1. El plan de viabilidad de un centro deportivo es una herramienta fundamental para determinar su rentabilidad y viabilidad económica a largo plazo.	149
2. Características de un plan de viabilidad de un centro deportivo	150



a. Análisis de mercado	150
b. Estudio de la oferta	150
c. Análisis financiero	151
d. Análisis de riesgos	151
e. Estrategia de marketing	151
f. Plan de acción	151
g. Evaluación continua	151
3. Caso práctico de un plan de viabilidad para un centro deportivo	151
Resumen ejecutivo	151
Análisis de mercado	152
Análisis financiero	152
Conclusión	153
PARTE SEXTA	154
Recursos humanos de un centro deportivo.	154
Capítulo 17. Recursos humanos de un centro deportivo.	154
1. El equipo de profesionales.	154
2. Proceso de determinación de necesidades de Recursos Humanos.	155
a. Proceso de determinación de necesidades de Recursos Humanos	155
b. Proceso de definición del puesto de trabajo	155
c. Selección del candidato adecuado	155
d. Integración del empleado	155
e. Establecimiento de sistemas de comunicación y evaluación	155
3. Caso práctico completo del proceso de selección de personal para un centro deportivo de centro ciudad.	155
a. Análisis del puesto de trabajo	156
b. Publicación de la oferta de trabajo	156
c. Recepción de solicitudes	156
d. Entrevistas telefónicas	156
e. Entrevistas en persona	157
f. Evaluación técnica	157
g. Comprobación de referencias	157
h. Oferta de trabajo	157
i. Integración del empleado	157
Capítulo 18. Personal de un Centro deportivo.	158
1. Director general de un centro deportivo.	158
2. Director técnico de un centro deportivo.	159
3. Gerente. Director ejecutivo. Gestor de centro deportivo.	160
4. Servicio de recepción.	160
5. Técnico de mantenimiento de un centro deportivo.	161
6. Terapeutas, quiromasajistas y esteticistas.	162
7. Caso práctico completo del personal de un Centro deportivo	162
a. Director general de un centro deportivo	162
b. Director técnico de un centro deportivo	163
c. Gerente. Director ejecutivo. Gestor de centro deportivo	163
d. Servicio de recepción	163
e. Técnico de mantenimiento de un centro deportivo	164
f. Terapeutas, quiromasajistas y esteticistas	164
Capítulo 19. Relaciones profesionales entre el promotor de un centro deportivo y sus órganos de dirección.	165
1. La relación profesional entre el promotor deportivo y los órganos de dirección del	



centro deportivo	165
2. Planificación, programación, ejecución, coordinación, evaluación y control de todas las acciones promocionales	166
a. Seguimiento del Plan de Marketing, Comunicación y Promoción	166
b. Promoción de actividades	166
c. Relaciones públicas	166
d. Patrocinios	166
e. Comunicación interna y externa	166
f. Publicidad	167
g. Merchandising	167
3. Realización de dictámenes, informes, etc. de carácter técnico.	167
4. Caso práctico completo de la relación del promotor de un centro deportivo con la dirección del centro.	168
PARTE SÉPTIMA	170
Proceso constructivo de un centro deportivo.	170
Capítulo 20. Project management de proyecto de centro deportivo.	170
1. Etapas del Project Management de proyecto de centro deportivo.	170
a. Definición del proyecto	170
b. Planificación del proyecto	170
c. Ejecución del proyecto	171
d. Control del proyecto	171
e. Cierre del proyecto	171
2. Aplicación del Project Management en un proyecto de centro deportivo.	171
a. Subprocesos del Project management de un centro deportivo.	171
b. Planning en el proyecto de un centro deportivo.	172
c. Documentos principales del Project management de un centro deportivo.	174
3. Procesos del Project management de un centro deportivo. Gestión de riesgos, plazos, tiempo, calidad, etc.	174
a. Grupos de Procesos	174
Iniciación.	174
Planificación.	174
Ejecución.	174
Seguimiento y Control.	174
Cierre.	174
b. Procesos de la dirección de proyectos.	175
Gestión de la Integración	175
Gestión del alcance.	175
Gestión del Tiempo	175
Gestión de los Costes	175
Gestión de la Calidad	175
Gestión de los Recursos Humanos	175
Gestión de la Comunicación	176
Gestión de los Riesgos	176
Gestión de las Adquisiciones y contratos	176
4. Gestión de la integración	176
5. Gestión del alcance del proyecto.	177
a. La gestión del tiempo del proyecto.	177
b. La gestión de los costes del proyecto.	177
c. La gestión de la calidad del proyecto	177
d. La gestión de los recursos humanos del proyecto	177
e. La gestión de las comunicaciones del proyecto	178
f. La gestión de los riesgos del proyecto	178
g. La gestión de las adquisiciones del proyecto	178



Capítulo 21. Edificación de un centro deportivo.	179
1. Estudio geotécnico.	179
2. Estructura de un centro deportivo.	180
a. Estructura de un centro deportivo.	180
b. Muros y cubiertas de centros deportivos.	180
3. Iluminación y ventanales en cubiertas de un espacio deportivo.	181
4. Luminosidad y cerramientos.	181
5. Caso práctico completo en el que los arquitectos analizan los aspectos edificatorios esencial de un centro deportivo	182
Estudio geotécnico	183
Estructura de un centro deportivo	183
a. Estructura de un centro deportivo	183
b. Muros y cubiertas de centros deportivos	183
Iluminación y ventanales en cubiertas de un espacio deportivo	183
Luminosidad y cerramientos	184
Capítulo 22. Diseño arquitectónico y funcionalidad de un centro deportivo.	185
1. Diseño arquitectónico de un centro deportivo.	185
a. Área de recepción y administración	185
b. Área de entrenamiento	185
c. Área de vestuarios y baños	185
d. Área de servicios complementarios	186
2. Funcionalidad. Accesibilidad a un centro deportivo. Señalización.	186
a. Accesos y circulaciones.	186
b. Material adecuado y cerramiento para conservar temperatura.	186
c. Suprimir barreras arquitectónicas.	187
3. Zona de entrada.	187
a. Vestíbulos.	187
b. Recepción (clave en la imagen del centro deportivo).	188
b1. La recepción es imagen + imagen.	188
b2. Es un escaparate para marketing (vending).	189
4. Zona deportiva. Precauciones de temperatura, acústica y luminosidad.	189
5. Zona accesoria. Vestuarios, duchas y aseos.	190
a. Salas de calentamiento	190
b. Vestuarios. Zona seca. Taquillas.	190
c. Vestuarios. Zona húmeda. Duchas y aseos.	193
d. Botiquín, Sala de masajes, almacenes.	194
6. Zona administrativa. Oficinas.	194
7. Zona de hostelería. Bar y restaurante.	195
8. Áreas accesorias para público. Espectadores.	195
Capítulo 23. Tipos de instalaciones deportivas.	196
1. Clasificación de instalaciones deportivas.	196
2. Polideportivos.	197
3. Pistas completas. Pistas de atletismo.	198
4. Características técnicas de instalaciones deportivas.	200
Capítulo 24. Pistas exteriores.	206
1. Pavimentos (asfalto, hormigón, césped artificial, etc.)	206
2. Señales de campos de juego.	206



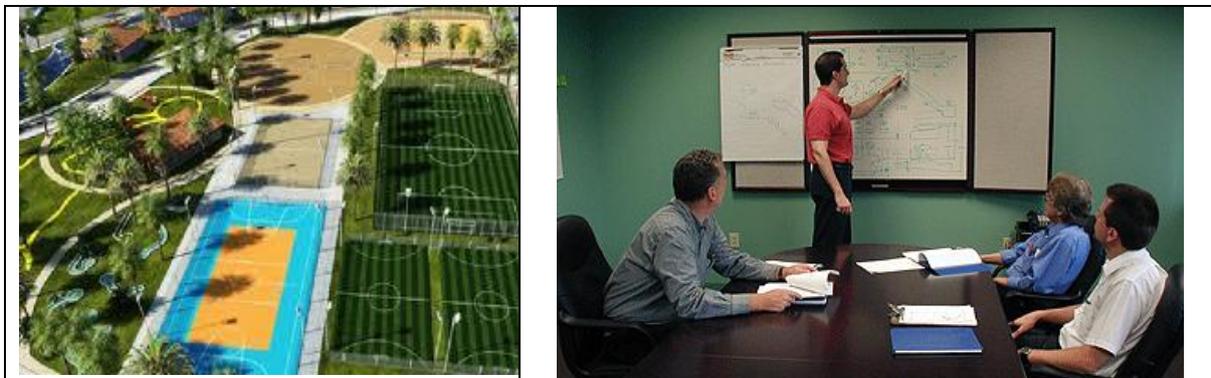
3. Seguridad.	207
a. Vallados y protección perimetral.	207
b. Graderío	207
4. Sumideros.	207
a. Desagüe estándar.	207
b. Desagüe en zona húmeda.	208
5. Almacenes accesorios.	208
Capítulo 25. Clases de instalaciones deportivas exteriores.	209
1. Pistas de tenis.	209
2. Frontones.	211
3. Frontenis.	213
4. Pádel,	215
5. Piscinas abiertas.	218
a. La construcción del vaso	219
b. El revestimiento del vaso	220
c. El sistema de rebosadero	221
d. La playa de la piscina	223
e. Las escaleras	223
f. Las duchas y los pediluvios	224
g. El cerramiento perimetral de las zonas de playa y vaso en piscinas al aire libre.	224
Capítulo 26. Pistas cubiertas.	226
1. Pabellones polideportivos básicos.	226
2. Parámetros, calidades e iluminación básica.	227
3. Sala de fitness	228
4. Piscina climatizada.	228
Área de llegada	229
Tipos de vasos	231
Construcción de un vaso de piscina	233
Temperatura del agua y humedad ambiental	235
Tratamiento del agua	236
5. Espacios complementarios a la zona de piscinas.	238
6. Proceso de depuración del agua: filtración y tratamiento fisicoquímico del agua.	240
a. Equipos del proceso de tratamiento del agua	240
Bomba de recirculación	240
Filtros	241
Los filtros	241
Filtros de diatomeas	243
Dosificadores de productos químicos	244
b. Sistemas de recirculación del agua	245
Recirculación a través de skimmers	245
Recirculación a través de rebosadero desbordante en playa	246
c. Productos utilizados para el tratamiento químico del agua.	248
Desinfectantes	248
Correctores de pH	249
7. Temperatura ambiente en piscinas y humedad relativa.	250
8. Iluminación de piscinas.	252
9. Sostenibilidad energética en piscinas	254
a. Calefacción	254
b. Calentamiento del agua junto con el tratamiento de la humedad.	254



c. Agua caliente sanitaria (ACS).	254
8. SPA. Viabilidad Técnica. Requisitos arquitectónicos.	255
a. Emplazamiento en Balnearios tradicionales.	255
b. Diseño, tecnología e interiorismo en balnearios y SPA.	255
c. Equipamientos de hidroterapia.	256
d. La elección de la ubicación.	256
e. Clases de instalaciones de un Balneario / SPA.	257
Zona húmeda. Hidromasaje.	257
Zona seca. Masaje y estética.	258
Fachadas de balnearios y SPA.	258
Materiales arquitectónicos interiores. Interiorismo de balnearios y SPA	259
Piscinas. Vitrocerámica en balnearios y SPA.	260
Interiorismo. Visualización de Instalaciones (tuberías, etc)	260
El diseño del SPA en el marketing.	261
Vestuarios.	262



¿QUÉ APRENDERÁ?



- **La gestión práctica de los recursos de un centro deportivo.**
- **Gestionar de forma óptima las infraestructuras deportivas, sean complejos deportivos, clubes deportivos públicos y privados, gimnasios o estadios requiere tener una visión de la organización deportiva tanto estratégica como operativa.**
- **Aplicación de las herramientas de gestión operativa que necesitará en su responsabilidad como gestor de una instalación deportiva.**
- **Conocer y aplicar los principios de un proceso de licitación de centros deportivos.**
- **Entender y poner en práctica los aspectos de la gestión financiera de un centro deportivo.**
- **Coordinar los recursos, capacidades y habilidades de las personas que colaboran en la instalación.**
- **Aplicar métodos de control de la calidad del servicio de la instalación deportiva.**
- **Conocer el sector deportivo, así como sus empresas y modelos de negocio y distinguir los requerimientos de la organización.**
- **Conocer las diferentes áreas de gestión de una entidad: marketing, planificación, recursos humanos, atención al cliente.**
- **Analizar la situación de una instalación deportiva y su equipo de trabajo.**



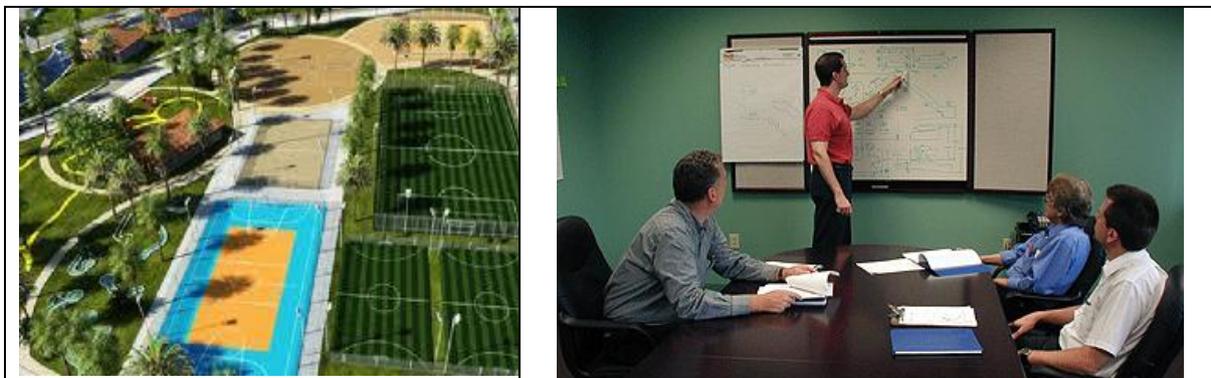
-
- **Aplicar, de manera práctica los conceptos aprendidos en el diseño de programas de implantación, proyectos profesionales vinculados a la gestión y coordinación de instalaciones deportivas fitness.**
 - **Casos prácticos y situaciones que se dan en la actualidad de las instalaciones de centros deportivos.**
 - **Conocimientos prácticos de los diferentes flujos de clientes en una instalación deportiva: comercial y captación, venta directa, servicio deportivo, fidelización.**





PRELIMINAR

La gestión de centros deportivos en 14 preguntas y respuestas.



1. ¿Qué es la Gestión de centros deportivos?

a. Prestar gran atención a las necesidades del cliente.