

Quieren presumir talento y estadio

Probeis remodelará inmueble en Lagos de Moreno para impulsar a beisbolistas

MARCO ARELLANO

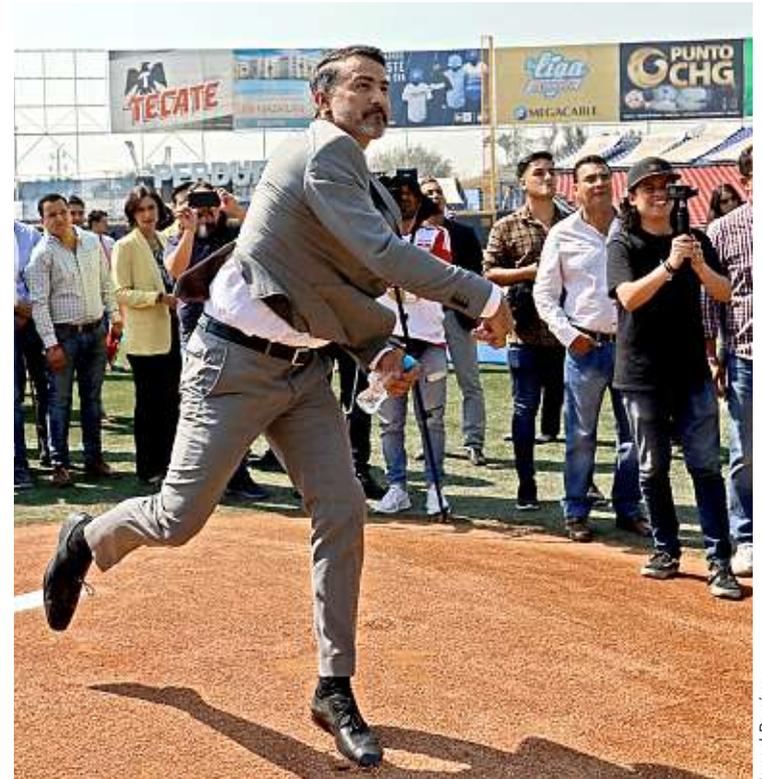
@MArellanoCANCHA

El programa de Promoción y Desarrollo del Beisbol en México (Probeis) llegó por primera vez a Guadalajara y lo que trae entre planes para tierras jaliscienses es reunir a los mejores talentos y meterle mano a un inmueble.

Édgar González, titular de la Oficina de la Presidencia de Probeis, estuvo presente en el Estadio Panamericano, la casa de los Charros, y adelantó que una vez que comience a marchar este proyecto, quieren traer a la capital jalisciense a los mejores 100 talentos del País para que sean observados por universidades de Estados Unidos, instituciones a las que también ya invitó a Puerto Vallarta.

“El proyecto es crecer el número de beisbolistas, nosotros nos dedicamos a tratar de crecer el nivel y porque haya oportunidades de que puedan sobresalir en universidades o en el profesionalismo”, comentó González.

El ex jugador de los Padres de San Diego fue invitado al arranque del programa “Picha, cachá y ponte a batear”, presentado por los Charros de Jalisco, Gobierno de Jalisco y la Secretaría del Sistema de Asistencia Social.



■ Édgar González se acordó de sus tiempos de beisbolista en el Estadio Panamericano de los Charros de Jalisco.

taria del Sistema de Asistencia Social.

En el evento, el Gobernador Enrique Alfaro le pidió apoyo para remodelar el estadio que está en Lagos de Moreno, algo que González trae en la agenda de Probeis, ya que quiere reactivar una liga y hacer una escuela con dormitorios.

“Se juega mucho beisbol, es una localización perfecta para una escuela de beisbol”, explicó González.

El también ex mánager de los Charros adelantó que ya tiene acuerdos con algunos equipos de beisbol, como los Sultanes, para crear más escuelas de la disciplina.



■ Enrique Alfaro (izq.) y Salvador Quirarte encabezaron el acto.

Los pondrán a batear

MARCO ARELLANO

@MArellanoCANCHA

Será un batazo de tres esquinas que ayudará a los niños a llegar al home.

El Gobierno de Jalisco, los Charros y la Secretaría del Sistema de Asistencia Social llevarán a cabo el programa social “Picha, cachá y ponte a batear”, con el cual brindarán apoyo a 250 niños, niñas y jóvenes para que se desarrollen dentro del beisbol.

Enrique Alfaro, Gobernador de Jalisco; Salvador Quirarte, presidente del Consejo de Administración de los Charros, y Édgar González, encargado de la Oficina de la Presidencia para la Promo-

ción y Desarrollo del Beisbol en México, encabezaron la firma de convenio.

Quienes sean beneficiados con este programa vestirán ropa de entrenamientos de los Charros, usarán las instalaciones del Estadio Panamericano y una vez que terminen con el entrenamiento, pasarán al área de comedor para alimentarse.

La novena jalisciense invertirá un millón 380 mil pesos en 2019 para el programa.

Luego de la firma del programa, Alfaro, Quirarte y González se montaron en la loma de pitcheo para realizar par de lanzamientos para concluir con la presentación del programa.

@Xx



**GERARDO
MOLINA
EXPERTO
INVITADO**

El fenómeno del deporte femenino

La empresa Euromerics Sport Marketing hizo una investigación orientada a conocer el conocimiento que existe sobre las mujeres y el deporte en ocho mercados relevantes abarcando los cinco continentes: Estados Unidos, México, Gran Bretaña, Nigeria, España, Alemania, Australia y China. La primera cifra es que el 76 por ciento de los fanáticos del deporte están interesados en el deporte femenino y el 66 por ciento de los mismos son hombres y el 71 por ciento son mujeres.

El 82 por ciento de la población

aseguró seguir con interés al menos un deporte femenino de manera frecuente, el 78 por ciento confirmó que iría a verlo en vivo a un estadio y el 79 por ciento declaró que lo vería con mayor frecuencia si fuera ofrecido en televisión.

El fenómeno femenino tiene un potencial en los valores que transmite según la percepción de los fans: el 55 por ciento dice que el deporte femenino es más limpio, contra el 34 por ciento del deporte masculino. Y que las mujeres transmiten más valores familiares un 69 por ciento en relación a los hombres 33 por ciento

En cuanto a las deportistas en las competiciones donde hombres y mujeres comparten el mismo espacio, como los Juegos Olímpicos o los torneos de tenis, estas fueron las disciplinas femeninas que concentran más atención, en un 85 por ciento.

Las diferentes comunidades que pueden aglutinarse en torno a los diferentes deportes femeninos es el fútbol, el que logra un favoritismo superior en un 79 por ciento. Pero la versión femenina de la MMA, artes marciales mixtas, tiene una preferencia notable a la hora de pensar en la construcción de audiencia de un 61 por ciento.

Estos datos pasan a ser muy valiosos para las inversiones publicitarias, identificación de las audiencias, selección de los contenidos orientados a cada preferencia deportiva. En el caso de la Latinoamérica y México, el impulso que deberían darles a los equipos femeninos en los deportes reflejarían un mayor crecimiento auténtico del interés del público, la transmisión de valores para la sociedad y la apertura nuevos negocios comerciales.

GERARDO MOLINA ES PRESIDENTE DE LA EMPRESA EUROMERICAS SPORT MARKETING, AVALADA POR LA FIFA.