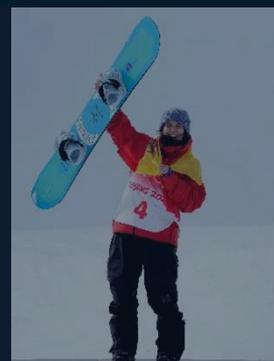




Plan Estratégico 2022-2030



SPAINSNOW
REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEPORTES DE INVIERNO



Octubre 2022

Evaluación del punto de partida: 2014-2022

Tendencias externas a navegar

Visión de la RFEDI y pilares estratégicos

Próximos pasos para la ejecución del plan



El Plan Estratégico de 2016 ha logrado un grado de implementación muy elevado



Excelencia deportiva

8,4



Desarrollo del deporte

8,6



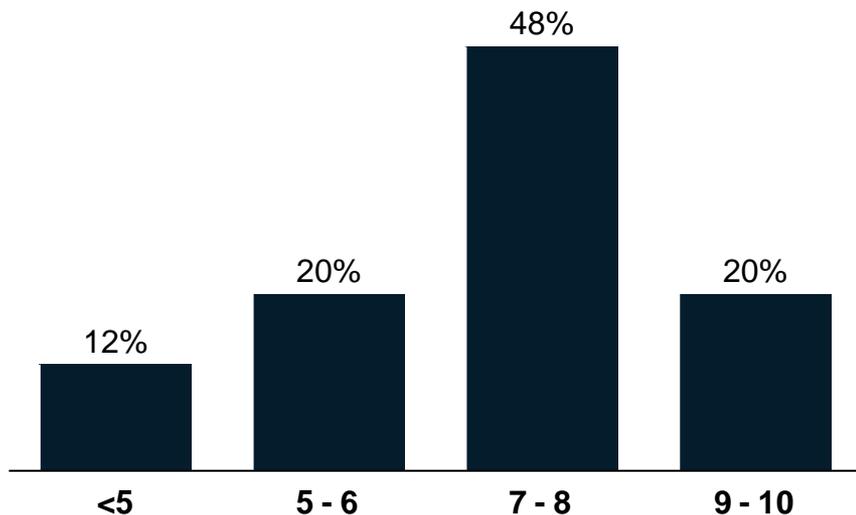
Organización y gestión eficiente

9,2

87 de las 99 acciones contenidas en el Plan alcanzan un cumplimiento de 8 o más

Un 68% de agentes de los deportes de invierno encuestados valora muy positivamente la gestión de la RFEDI durante el periodo 2014-2022

Valoración de la gestión durante el ciclo 2014-2022, del 1 a 10



- “ ” Es una federación que entiende bien las bases
Club de Madrid
- “ ” Todo va por buen camino, solo hay que ser pacientes para ver los resultados
Técnico Deportivo de Andalucía
- “ ” Resultados excelentes con poco presupuesto
Practicante recreativo de Madrid
- “ ” Se han hecho cosas muy bien a nivel institucional
Deportista y TD de Cataluña
- “ ” Mejora de la imagen de marca y de los deportes de nieve en España
Técnico Deportivo de Madrid

Logros deportivos históricos 2014-2022

Impulso a los resultados en JJOO, Mundiales y Copas del Mundo

1972 - Paquito Fdez Ochoa - Oro JJOO Sapporo 1972

1992 - Blanca Fdez Ochoa - Bronce JJOO Albertville 1992

2011 - María José Rienda - Retirada con 6 victorias en Copa del Mundo

2013 - Carolina Ruiz - Victoria en descenso WC

2015 - Queralt Castellet - Plata en Ctos Mundo HP, Lucas Eguibar, Globo Cristal WC

2018 - Regino Hernández - Bronce SBX JJOO Pyeongchang

2017 - Víctor Carrasco, Campeón Mundo IFSS Mushing

2017 - Lucas Eguibar - Plata SBX Mundiales de SN 2017

2017 - Lucas Eguibar y Regino Hernández - Plata equipos SBX Mundiales SN17

2015 - Itoitz Armendariz - 2015 - Se crea el equipo Campeón del Mundo IFSS nacional de Freestyle, Mushing y KL

2019 - Juan del Campo. Top 30 en WC SL

2020 - Alvaro Romero - Bronce SBX en YOG

2021 - Lucas Eguibar - Campeón Mundo SBX, Queralt Castellet Bronce en Mundiales Aspen en HP

2022 - Quim Salarich - 5º Finales WC SL. 5 Top 15 WC. Adur Etxezarreta - 3 top 10 EC DH 10 medallas Mundial IFSS Mushing

2019 - Iker Ozkoidi - Campeón del Mundo IFSS Mushing

2021 - Albert Ortega - 12º en Cto Mundo Cortina AC

2022 - Queralt Castellet - Plata HP JJOO Beijing
Javi Lliso - Diploma en FS Big Air
Lucas Eguibar - Diploma en SBX

Hitos de la gestión RFEDI 2014-2022

Referencias de logros en la gestión de RFEDI

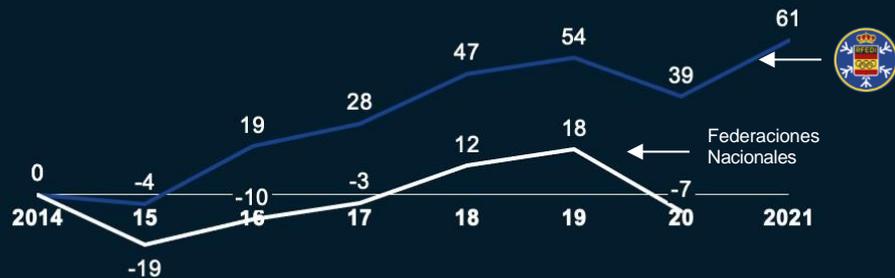


En 7 años, el presupuesto ha aumentado en un 60% y el patrocinio en un 130%. Comparativa con resto de Federaciones Deportivas Nacionales

Crecimiento del presupuesto y patrocinios más rápido que el resto de federaciones nacionales

La RFEDI consigue un **incremento del 60% del presupuesto** en 6 años mientras el del resto de Federaciones se mantiene estable

% incremento sobre 2014



La RFEDI **aumenta un 130% los ingresos por patrocinio** mientras el del resto de Federaciones lo incrementa un 30-50%

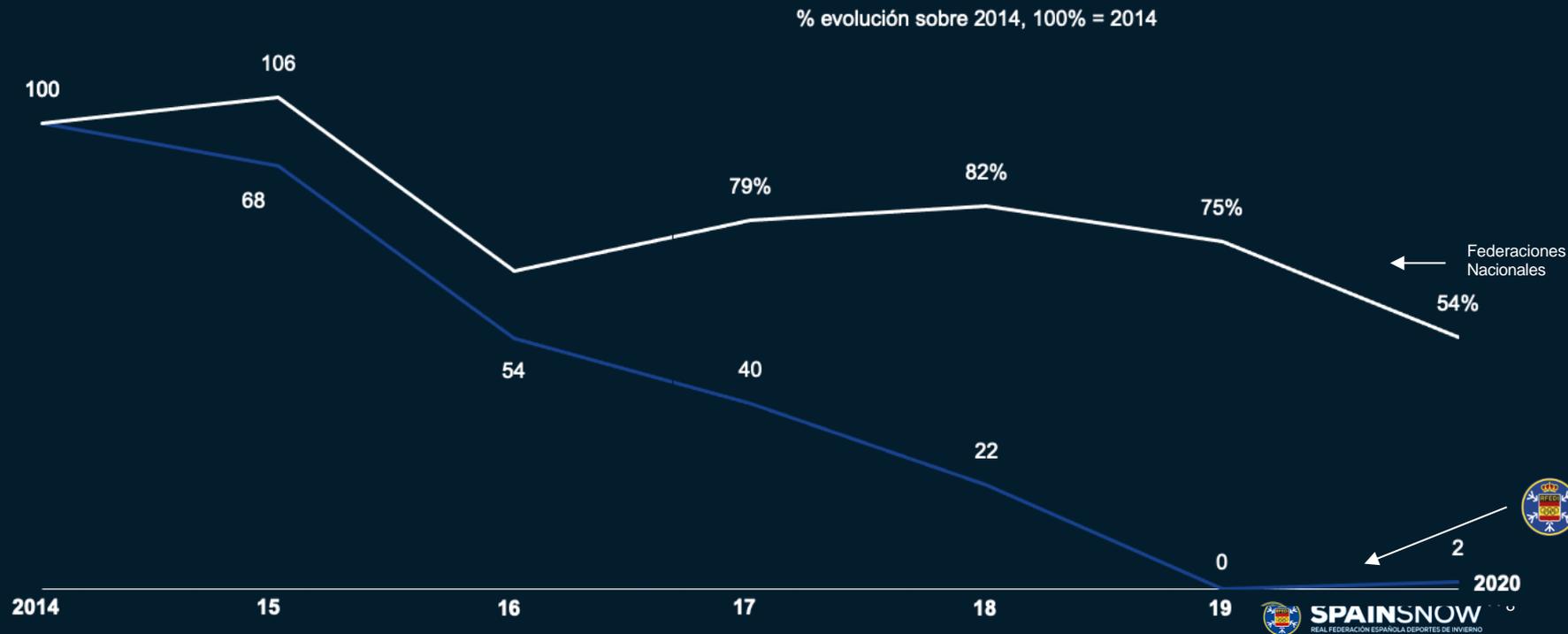
% incremento sobre 2014



Además, se ha eliminado la deuda en 5 años y mejorado la situación patrimonial en 1.2 M€

Mejora patrimonial y eliminación de deuda más pronunciada que el resto de federaciones nacionales

La RFEDI **elimina su deuda en 5 años** mientras el resto de Federaciones la reducen menos del 50%



Evaluación del punto de partida: 2014-2022

Tendencias externas a navegar

Visión de la RFEDI y pilares estratégicos

Próximos pasos para la ejecución del plan



Entorno y tendencias que definen el futuro de las federaciones deportivas

Sostenibilidad, inclusión y medio ambiente



Salud y deporte



Digitalización



Consumo de deporte



Demográficas



Tendencias externas



SPAINSNOW
REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEPORTES DE INVIERNO



SPAINSNOW
REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DEPORTES DE INVIERNO

Tendencias globales que rodean a RFEDI

Los 5 marcadores de estas tendencias a contemplar en el plan estratégico

Demográficas



+100k habitantes en municipios rurales desde la pandemia

+33% mujeres federadas de 2009 a 2019 e incremento en estamentos técnicos y directivos

Salud y deporte



Un mayor número de personas practica deporte y con mayor frecuencia

+6% en nº de españoles que practican deporte desde 2009

+7% en nº de españoles que lo hacen a diario

Sostenibilidad y medio ambiente



+43% en licencias en deportes en contacto con la naturaleza

Calentamiento global y encarecimiento costes de entrenamiento

Digitalización



Fuerte **desarrollo de las comunidades digitales** para comunicarse con los fans, generar nuevas fuentes de ingresos y alcanzar a los aficionados globales (p.ej., apps, NFTs, mayor presencia en RRSS)

Consumo del deporte



Las nuevas generaciones tienen unos patrones de consumo de contenido deportivo muy distinto

El consumo de deporte en directo con frecuencia semanal disminuye un **23%** en la Generación Z

1. Incluye deportes de invierno, hípica y montaña y escalada





Las tendencias demográficas presentan un marco mayormente favorable para el crecimiento de los deportes de invierno

Tendencia

Descripción

Potencial impacto



Éxodo rural

Tras la pandemia se aprecia un efecto que ha llevado a muchos a cambiar la ciudad por el pueblo en unas proporciones que no se veían desde antes de la crisis
Municipios rurales: ↑ 100k; Grandes ciudades: ↓ 80k personas



El éxodo rural y mayor vínculo con la naturaleza se prevé tenga un impacto positivo sobre la práctica de deportes de nieve y de montaña



Desarrollo de la mujer en sociedad

En las últimas dos décadas se aprecia una progresiva mayor participación de la mujer en el ámbito federativo, deporte de élite y en los cargos de responsabilidad del deporte

684.500

Mujeres federadas en 2009

+33%



908.600

Mujeres federadas en 2019



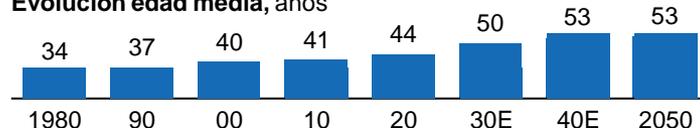
La mayor participación de la mujer redundará en un mayor nº de deportistas a todos los niveles



Envejecimiento

En los últimos años se aprecia un envejecimiento progresivo de la población española, tendencia que se prevé continúe a futuro

Evolución edad media, años



Aumento de esperanza de vida como factor positivo frente a un menor peso de esquiadores infantiles como aspecto negativo



Hay un mayor foco en la salud, que se traduce en seguir una alimentación más sana e incrementar la práctica de deporte



Alimentación más saludable

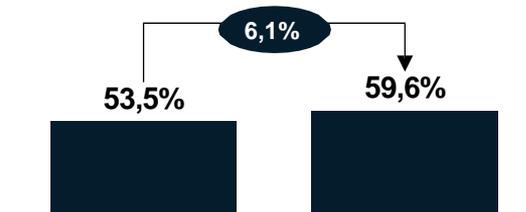
86% de los españoles da más importancia a llevar una vida saludable a raíz de la pandemia

63% afirma comer más sano ahora que en 2019

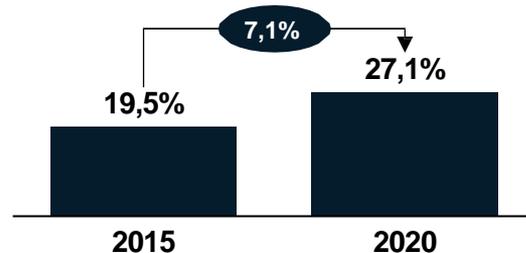


Más gente practica deporte y con más frecuencia

Personas que practican deporte



Personas que practican con frecuencia diaria



Oportunidad para que la RFEDI capitalice esta tendencia y atraiga más personas a la práctica de los deportes de invierno

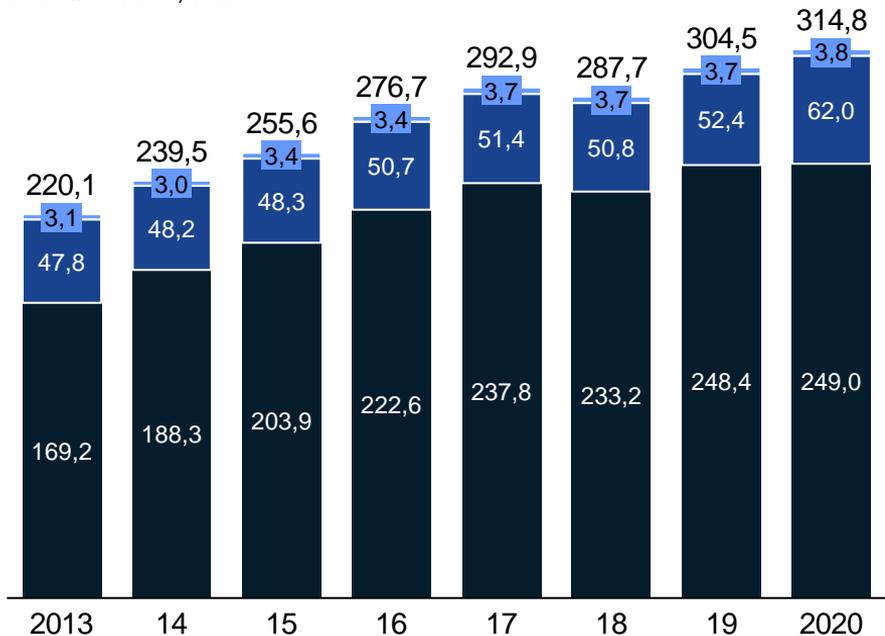


La mayor preocupación medioambiental se está viendo reflejada en un mayor nº de licencias de deportes en contacto con la naturaleza

■ Deportes de invierno ■ Hípica ■ Montaña y escalada

Evolución anual del nº de licencias

de licencias, miles



CAGR 2013-20

+5,2%

+3,3%

+3,8%

+5,7%

- Esta tendencia está teniendo un **impacto positivo** para los deportes de invierno y otros deportes en contacto con la naturaleza
- El **crecimiento anual acumulado** es del **5,2% en nº de licencias**



Las organizaciones deportivas más exitosas desarrollan sus comunidades digitales para lograr tres objetivos principales

Impulso del compromiso de los aficionados



Las **plataformas digitales propias** y las **redes sociales** son el **canal clave** para **comunicarse** con los **fans**, especialmente con las **generaciones más jóvenes**

La aplicación 5th Stand Chelsea London



- Comentarios y resúmenes de los partidos en directo
- Salas de chat de clubes de fans globales y locales
- Contenidos exclusivos y charlas de los jugadores 1 a 1 con los fans
- Pronóstico del partido con recompensas, por ejemplo, vales para la tienda oficial del club o un paquete VIP para el partido

Impacto

- La app de fútbol más descargada del mundo a los 6 meses de su lanzamiento en Feb-2018
- el 92% de los aficionados del Chelsea lo consideraron un elemento imprescindible para la afición del club

Nueva fuente de ingresos



La creciente audiencia digital abre el camino a nuevas fuentes de ingresos para el deporte, es decir, la activación del **patrocinio digital**, la **monetización** de los **contenidos** propios, los **NFT** o los **tokens** para los aficionados

Lanzamiento de fichas de aficionado del AC Milan



- Ficha de aficionado lanzada con Socios.com en Feb-2021, en la época del éxito deportivo del club
- Recompensas exclusivas para los poseedores de fichas de aficionado activas, por ejemplo, paquetes VIP para los partidos, y beneficios (devolución de dinero en la mercancía)
- Disponibles NFT especiales para los poseedores de fichas de aficionado

Impacto

- Se han recaudado 3 millones de dólares¹ en la fase de FTO, la mayor cantidad de FTO hasta la fecha
- A mediados de diciembre de 2021, la capitalización de mercado de las fichas de aficionado del AC Milan es de unos 15 millones de dólares

1. 50% de la cantidad total de dinero recaudado en la FTO (oferta inicial de fichas de aficionado); basado en la suposición de que un club se queda con el ~50% del precio de las fichas de aficionado, mientras que el resto va al emisor de fichas de aficionado

Ser más global



El canal digital permite a las ligas y a los equipos ponerse en contacto, comprometerse y monetizar a los aficionados **más allá del país/región**

La NBA apuesta fuerte por las redes sociales



- más de 10 años de inversión de la NBA en presencia en los medios sociales
- Creación de un ecosistema de inmersión en todas las plataformas principales, incluido el punto culminante de YouTube y el acuerdo de contenido de formato corto con Twitter
- Adopción temprana de las nuevas tendencias, es decir, las NFT lanzadas con Top Shots a finales de 2020

Impacto

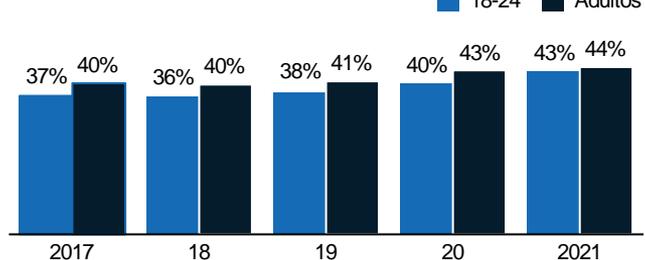
- Audiencia digital global, es decir, 380 millones de seguidores en todas las cuentas de Twitter
- 750 millones de dólares de ventas con Top Shots hasta la fecha



Las nuevas generaciones consumen menos contenido deportivo y lo ven menos en directo

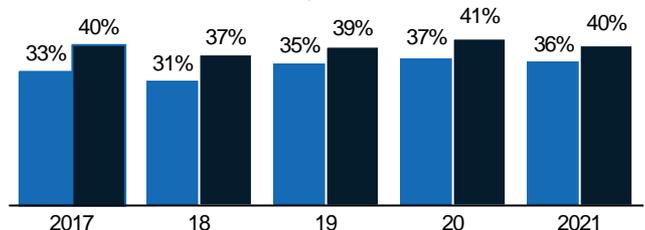
Adultos europeos que se identifican como aficionados al deporte, por grupos de edad

% de encuestados por grupo de edad¹



Adultos norteamericanos que se identifican como aficionados al deporte, por grupos de edad

% de encuestados en cada grupo de edad²

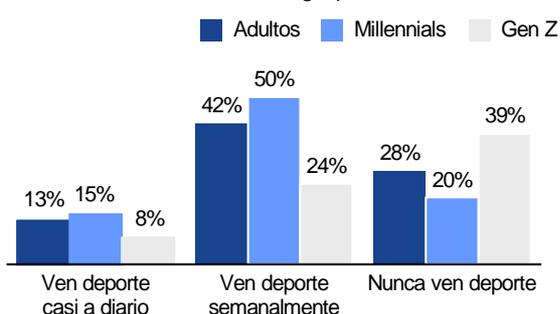


1. Encuesta anual en Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Noruega, Polonia, Rusia, España, Suecia, Turquía, Reino Unido, n=46k
2. Encuesta anual en Canadá y Estados Unidos, n=12k
3. Encuesta realizada en noviembre de 2020 entre la Generación Z (13-23), los Millennials y todos los adultos de EE.UU., n=600

Fuente: Análisis de Ampere; prensa; análisis de McKinsey

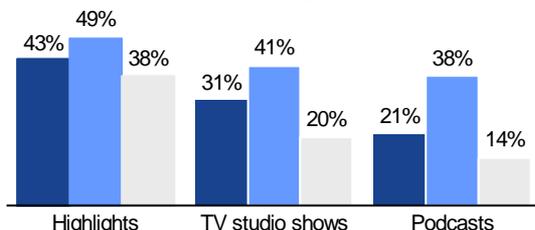
Ven deporte en directo, por grupos de edad

% de encuestados en cada grupo de edad³



Consumo de contenidos deportivos, por grupos de edad

% de encuestados en cada grupo de edad³



Las generaciones más jóvenes se identifican menos como aficionados al deporte que las generaciones mayores

Los miembros de la **Generación Z** también consumen menos contenidos deportivos, especialmente las retransmisiones en directo

La **generación Z** también tiene intereses deportivos más amplios que las generaciones anteriores

Distintas federaciones nacionales e internacionales están lanzando iniciativas para navegar estas tendencias

Desarrollo integral de deportistas



Formación

Oferta formativa amplia y de calidad, colaborando con federaciones territoriales y clubes



Conexión con el ecosistema deportivo



Colaboraciones tecnológicas

Alianza con el sector privado para aplicar tecnología en entrenos



Sostenibilidad y medio ambiente

Objetivos para convertirse en "Climate Positive"



Nuevas fuentes de ingresos

Nuevos patrocinadores y uso de fondos UE



Conexión con los deportistas recreativos



Conexión con deportistas

Desarrollo de plataformas, APPs y Webs, y uso de la tecnología block chain para desarrollo de NFTs



Evaluación del punto de partida: 2014-2022

Tendencias externas a navegar

Visión de la RFEDI y pilares estratégicos

Próximos pasos para la ejecución del plan



Queremos llevar al deporte de nieve español a una posición de liderazgo internacional

Misión

- *Liderar y sustentar el crecimiento de los deportes de invierno de competición españoles, fomentando el deporte base y ofreciendo estabilidad durante todas las etapas del itinerario a los deportistas y técnicos, en todas las disciplinas*
-

Visión

- *“Hacer que España sea reconocida como uno de los países líderes en nieve a nivel europeo y mundial”*
- *“SPAINSNOW como catalizador del ecosistema de la nieve para lograr este objetivo”*

Pilares del Plan Estratégico 2022-2030 de los deportes de nieve



A. Fomentar la **excelencia** deportiva y eventos deportivos. Juegos Olímpicos 2030



B. Aumentar la **formación** y potenciar la cadena de valor



C. Generar un **ecosistema** para conectar digitalmente a +1 millón de esquiadores y deportistas de invierno



D. Impulsar un modelo **económico** efectivo



E. Apostar por la **igualdad**, inclusividad y sostenibilidad



Esta aspiración se traduce en unos objetivos de altura

A. Excelencia deportiva y eventos deportivos



Mejorar los **resultados** anuales en **campeonatos** y **Copas del Mundo**. **3 Top 3** por edición

Incrementar el número de **federados (+40%)** y de deportistas en **equipos nacionales (+30%)**

Incrementar la organización de **pruebas de alto nivel internacional (2 anuales)** con plan de eventos a medio plazo

B. Formación y cadena de valor



Fortalecer **planes de desarrollo**, **nuevas titulaciones federativas (BI y MU)**, **carrera dual** y los **centros de tecnificación (Becas Iberdrola y Academia)**

C. Ecosistema de la nieve



Extender la posición actual de **SPAINSNOW** dentro del ecosistema de la nieve

Atraer a los esquiadores y deportistas recreativos al **ecosistema de la nieve** con valor añadido

D. Modelo económico



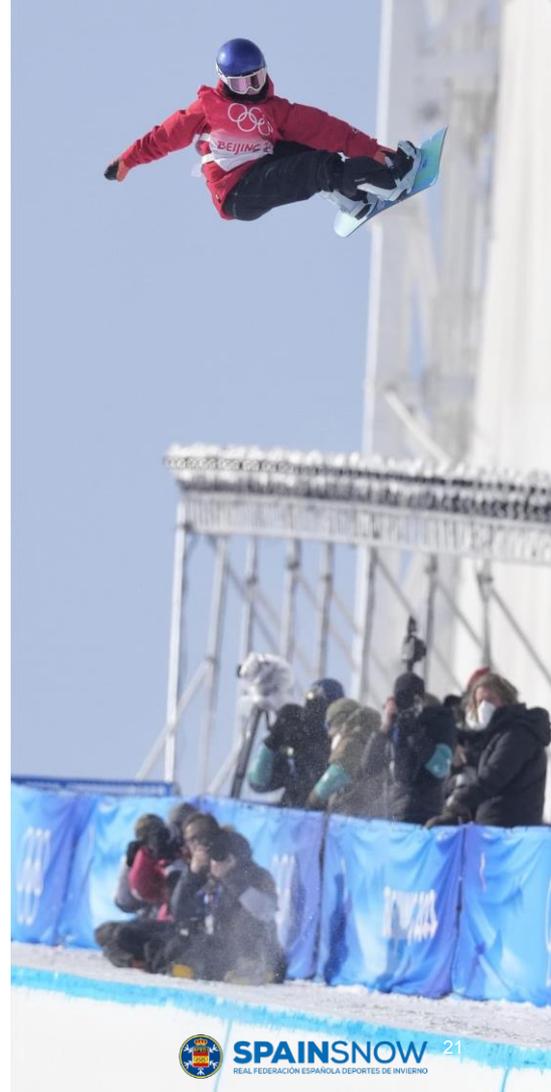
Aumentar presupuesto y porcentaje de **autofinanciación** en **50%**

E. Igualdad, inclusividad y sostenibilidad



Incrementar el número de **mujeres** en **equipos nacionales**
Alcanzar **Climate Neutrality FIS**

Inclusión de **deporte adaptado** siguiendo instrucciones de FIS y Comité Paralímpico



A: Aspiración - Mejorar los resultados deportivos del último ciclo y organizar eventos del máximo nivel de forma recurrente



Excelencia Deportiva

Lograr **3** top-3 anuales en los grandes eventos deportivos (Copas del mundo, JJOO, mundiales)

Aumentar un **30%** los deportistas en equipos nacionales (**+50%** en Mujeres)

Aumentar los federados en un **40%** en el ciclo



Eventos Deportivos

Organizar **2** pruebas de alto nivel internacional anualmente

Elaboración de un calendario de **eventos** deportivos internacionales a más **largo plazo**

A: Plan a desarrollar - Excelencia deportiva y acompañamiento en la carrera deportiva



Oportunidades de mejora

- ❄ Aumentar número de deportistas inicio competición sobre todo en deportes menos arraigados
- ❄ Atraer deportistas de otras especialidades
- ❄ Plan específico de promoción para mujeres, de promoción con clubes y FFAA, y para el desarrollo del esquí en zonas con menos nieve

- ❄ Potenciar colaboración público-privada
- ❄ Asesorar a deportistas
- ❄ Mejorar formación técnicos
- ❄ Expandir programas
- ❄ Crear centros específicos para ciertos deportes
- ❄ Aumentar seguimiento deportistas

- ❄ Sistematizar planes post retirada
- ❄ Atraer entrenadores
- ❄ Organizar pruebas de Copa del Mundo
- ❄ Priorizar gasto para maximizar medallas
- ❄ Potenciar condiciones de entrenamiento y programa de deportistas

A: Plan a desarrollar - Proponemos una serie de iniciativas para cada una de las etapas

Base



Mayor trabajo de **promoción con clubes y FFAA** para captar niños al mundo de los deportes de invierno en (I) esquí alpino y (II) disciplinas adicionales como snowboard, libre y fondo
Potenciamiento de base en esquí con **plan específico de mujeres**
Elaboración junto a FFAA de **ligas amateur y trofeos sociales** para atraer esquiadores al mundo de la competición

Tecnificación



Colaboración con **universidades USA/Europa**
Desarrollo de **centro de entrenamiento/instalaciones específicas**: esquí libre, biathlon, snowboard
Aumento de **colaboración público-privada**: Centros privados/educativos “certificados” por la federación
Incremento **colaboración RFEDI en Planes de entrenamiento** y seguimiento

Élite



Desarrollo de **instalaciones de Alto Rendimiento** para otras disciplinas, como esquí libre
Aumento del número de deportistas y la **atracción de deportistas de élite de otras disciplinas**
Organización **2 pruebas de alto nivel internacional** anualmente, elaborando un plan a más largo plazo
Aumento **financiación** deportistas primer nivel
Desarrollo de **alternativas de entrenamiento** y **colaboraciones internacionales** con otros centros / países
Diseño de **programas educativos** y ayudas de **inserción laboral** en colaboración con CCAA y CSD para deportistas
Equipo de entrenadores con la más alta **experiencia y acreditaciones** a nivel mundial

B: Aspiración - Es necesario aumentar el foco en formación para crecer en nuevas disciplinas y aumentar la calidad de los profesores

En la actualidad se ofrecen y certifican varios tipos de formaciones ...

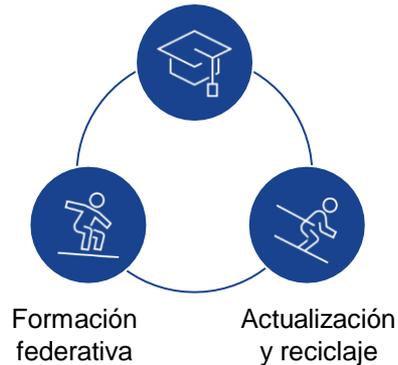
- Se ofrecen formaciones a cronometradores, jefes de estadio, y otras formaciones técnicas así como cursos de actualización de DT
- Los cursos de formación de TD1, TD2, TD3 los imparten escuelas privadas, y la RFEDI tiene un rol de certificación de los cursos impartidos por terceros
- Oferta de formación más limitada para deportes más allá del esquí alpino, principalmente en esquí de fondo

... sin embargo, impulsar la oferta formativa permitiría atacar la problemática actual

- Sigue habiendo profesores sin certificar
- Crecimiento y aparición de nuevas disciplinas → falta de profesionales y certificaciones en estas nuevas disciplinas
- Evolución en la técnica (las certificaciones actuales son “para siempre” pero la técnica evoluciona)
- Proliferación de clubes de diversa calidad → falta de algún estándar que los certifique / categorice

B: Plan a desarrollar - Plan de formación y cadena de valor en base a tres ejes

Calidad Enseñanza y colaboración
con Centros Formación



- Potenciar la **calidad de los clubes** y formación base
Aumentar la **colaboración con entidades de formación**
- Seguir mejorando y actualizando la **oferta formativa ligada al esquí de competición**
- Promover la **homologación como titulaciones oficiales específicas** las de **modalidades de deportes de invierno en auge** como el Biathlon, Mushing y Freeski

Mejorar la calidad de la enseñanza y potenciar el empleo en el sector



B: Plan a desarrollar - La RFEF presenta una oferta formativa amplia, multidisciplinar y coordinada tanto con federaciones territoriales como europeas



1,6 M€ de ingresos por actividades docentes en 2019

Palanca

Colaboración con universidades

Catálogo de formación online

Portal de formación propio con oferta amplia

Coordinación con federaciones territoriales y europeas

Descripción

Colaboración con la URJC para el desarrollo de cursos superiores universitarios en gestión y dirección deportiva, y scouting, entre otros

Actualmente en desarrollo una oferta formativa enfocada a mejorar la empleabilidad de los RRHH del fútbol, a través de cursos y talleres online

Portal propio para alumnos y profesores con oferta amplia (entrenador, scouting, gestor, etc.) y para múltiples modalidades (fútbol, fútbol sala, fútbol playa, etc.)

Portal recoge la oferta formativa disponible de ámbito territorial así como la de ámbito europeo (UEFA)



Oportunidad para la RFEDI



Acuerdos con entidades educativas de prestigio (p.ej., UCJC) para desarrollar oferta formativa que genere más valor para los alumnos, e incremente la demanda y el valor



Complemento de la oferta básica formativa con cursos online que sirvan de refresco para actualizar capacidades específicas



Desarrollo de un **portal propio** que abarque oferta para todas las modalidades deportivas de la RFEDI, **incluyendo modalidades emergentes** y en auge como el freeski y freeride



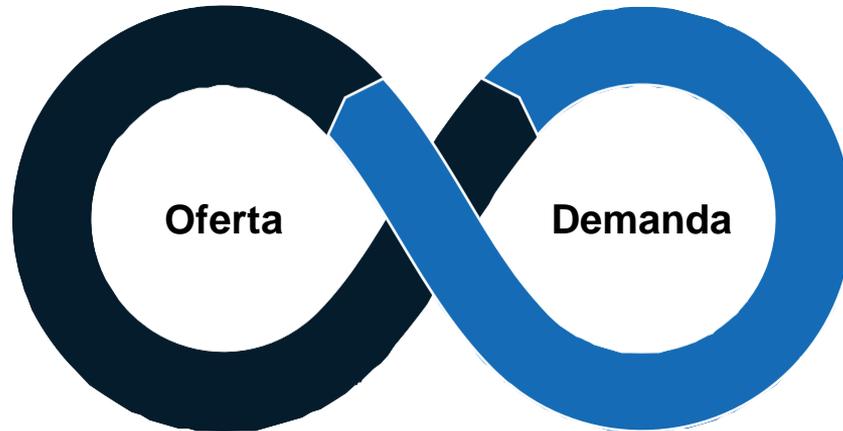
Integración de la oferta de las federaciones autonómicas y federación internacional (FIS), así como de escuelas privadas, **actuando como agregador de la oferta**

C: Aspiración - Ubicar a la RFEDI en el centro del ecosistema de la nieve, para contribuir a extraer todo su potencial



C: *Aspiración* - Para lograr mayor conexión entre las partes, tráfico, transaccionalidad y monetización, el ecosistema debe centrarse en potenciar la oferta y la demanda

Desarrollar un ecosistema para los amantes de los deportes de invierno



Para generar valor y que el ecosistema sea exitoso se debe lograr potenciar demanda y oferta a la vez

Objetivos



- Aumentar el número de practicantes de deportes de invierno
- Conectar de manera más efectiva deportistas con el resto de entidades y proveedores
- Generar más tráfico online en este ecosistema
- Impulsar transacciones y negocio entre participantes
- Monetizar estas conexiones por parte de la RFEDI
- Conseguir visibilidad de los deportes de invierno en medios

C: Plan a desarrollar - Para ello, es necesario desarrollar medios propios, ganados y pagados, y centrarse en verticalizar los productos y servicios y la selección de socios

Demanda

¿Cómo conseguir amantes de los deportes de invierno en nuestro ecosistema?

Medios propios

Apalancar los **activos cercanos a la federación** de esquí (federados, clubes, federaciones, estaciones, competiciones...) para la generación de demanda

Programas de referrals de miembro a miembro

Medios ganados

Generar contenido interesante para los esquiadores para conseguir que se **publique en medios** y **ganar visibilidad**

Medios pagados

Hacer **campañas de marketing digital** para que la gente se descargue la aplicación o entre en la web

Oferta

¿Cómo generar oferta de servicios y productos?

Verticalización de productos y servicios

Mapear todas las **actividades/ categorías** que podrían ser de **interés/ utilidad** en el **journey** del amante de los deportes de nieve

Incorporación de players

Identificar y **seleccionar partners** interesados en ofrecer sus productos y servicios dentro de nuestro ecosistema **para cada categoría**

C: Existen ecosistemas similares en otras federaciones de esquí, como la holandesa, que ha desarrollado un ecosistema con +80k miembros que ofrece contenido para esquiadores, oferta de viajes y seguros

Ecosistema app y web con

~40 millones de visitas a la web

+5 millones de usuarios web

+80 mil miembros



Principales productos y servicios



Agencia de viajes (OTA¹)

- Motor de búsqueda propio para encontrar alojamiento para esquiar
- Comparador de ofertas incluyendo forfait



Parte del tiempo

- Modelo climático propio
- Incluye reportes y vídeos diarios por parte de sus meteorólogos



Venta de seguros

- Vendedor de seguros de esquí certificado



Publicación de contenido para el esquiador

- Desarrollo de blogs con todo tipo de contenido para el esquiador
- Revistas y libros para los miembros
- Podcast y vídeos

Fuentes de ingresos

Ingresos por membresía

Ingresos por venta de seguros

Publicidad online

Comisiones por agencia de viajes

Publicaciones de pago

La Federación holandesa cuenta con desarrollo IT in-house para:

- Tener conocimiento profundo del producto
- Implementar de manera más rápida
- Ganar independencia

1. Online Travel Agency

D: Aspiración - Queremos impulsar un modelo económico efectivo para la Federación



Aportaciones institucionales

Fondos del CSD, Proyectos Europeos, Fiscalidad, Mecenazgo, otras subvenciones para el desarrollo del deporte



Micro-patrocinios deportivos

Aportaciones generales o finalistas más modestas de particulares y PYMES para Head Sponsor Deportistas



Ecosistema de la nieve

Ecosistema que aporte valor a la oferta y a la demanda y por la cuál la RFEDI pueda monetizar su valor



Publicidad y patrocinios

Empresas patrocinadores de las competiciones y activos RFEDI



Licencias y formación

Ingresos por licencias y docencia/ formación, actividades varias



Queremos incrementar las aportaciones de cada eje, con especial foco en lograr la auto-sostenibilidad financiera de la RFEDI



E: *Aspiración* - Apuesta decidida por la igualdad, inclusividad y sostenibilidad

Detallado a continuación



Mujer y deporte

Plan de Igualdad diseñado (80 medidas). Seguir fomentando el **incremento de la participación de las mujeres** a todos los niveles deportivos, técnicos y directivos



Inclusión

Promover la **inclusión del deporte adaptado**, colaborando con la **FIS** y con el **Comité Paralímpico Español**



Sostenibilidad y desarrollo rural

Potenciar la **sostenibilidad y desarrollo rural** a través del deporte de nieve al aire libre
Convertirse en una federación deportiva "Climate Positive"



Solidaridad

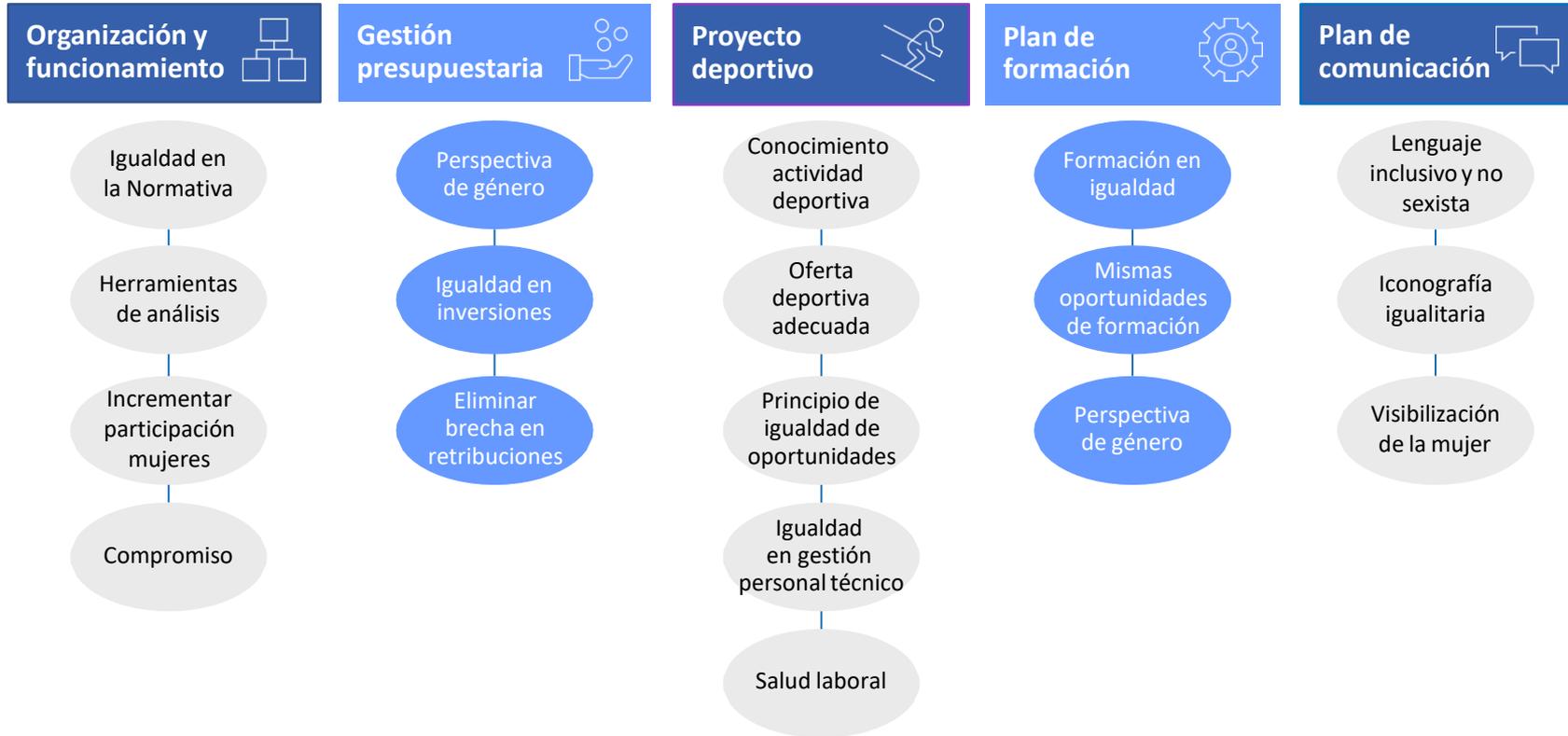
Iniciativas **solidarias** para el apoyo a sectores desfavorecidos



Igualdad: Mujer y deporte



Gestión presupuestaria



I
G
U
A
L
D
A
D

Evaluación del punto de partida: 2014-2022

Tendencias externas a navegar

Visión de la RFEDI y pilares estratégicos

Próximos pasos para la ejecución del plan



Plan de ejecución del Plan Estratégico y próximos pasos

