



La WFSGI reúne en Nueva York a líderes del deporte y la industria para impulsar el legado de participación juvenil de los grandes eventos deportivos

El encuentro «One Goal. Move the World.» analiza cómo las partes interesadas de los grandes eventos deportivos pueden colaborar para aportar beneficios más duraderos en materia de salud física y mental a los jóvenes y a las comunidades.

Nueva York, 25 de junio de 2026 - La Federación Mundial de la Industria de Artículos Deportivos (WFSGI) reunió ayer a líderes del mundo del deporte, la salud pública, la sociedad civil y la industria mundial de artículos deportivos en un acto celebrado en las instalaciones de adidas en la ciudad de Nueva York. Celebrado durante la Copa del Mundo de la FIFA 2026, el evento abordó una ambición común: ¿cómo pueden las partes interesadas de los grandes eventos deportivos intensificar su colaboración para dejar una huella duradera en la actividad física, especialmente entre los niños y jóvenes locales?

Juan Mata, leyenda del fútbol de la selección española, del Manchester United y del Chelsea, y colaborador de Common Goal, inauguró el evento haciendo un llamamiento al trabajo en equipo por parte de todas las partes interesadas presentes en la sala para mantener a los jóvenes activos y comprometidos con el deporte. *«Una de las primeras lecciones que aprendí en el fútbol es que se necesita un equipo para hacer realidad tus sueños. Vivimos según este lema en el campo, pero no lo vemos lo suficiente en el ámbito social. No es responsabilidad exclusiva de una sola organización, un solo titular de derechos, un solo gobierno o una sola comunidad fomentar la participación y crear un amor por el fútbol —o cualquier otro deporte— que dure toda la vida. Depende de todas las partes interesadas del mundo del deporte unirse y ayudar a los niños de todo el mundo a experimentar esa misma luz y alegría que yo he disfrutado como futbolista».*

El evento de promoción «One Goal. Move the World.» cuenta con el apoyo de las principales marcas miembros de la WFSGI, entre las que se incluyen adidas, Amer Sports, Arena, ASICS, Brooks, Decathlon, New Balance, Nike, Oakley, Specialized y Under Armour. Reunió a titulares de derechos, ciudades anfitrionas, ONG, fundaciones, agencias de la ONU y líderes del sector para compartir conocimientos y estrategias basadas en datos que permitan colaborar con éxito a fin de integrar el legado de la participación en el diseño y la organización de megaeventos.

El evento se inspira en la Resolución de la Organización Mundial de la Salud (OMS) de 2024 titulada «Fortalecimiento de la salud y el bienestar a través de los eventos deportivos»



(WHA77.12) y en la experiencia práctica de organizaciones que trabajan a nivel comunitario en todo el mundo.

Una oportunidad compartida para el deporte y para los jóvenes

Dado que el 81 % de los adolescentes de todo el mundo no cumple las directrices básicas de la OMS en materia de actividad física, y teniendo en cuenta la posición privilegiada de la industria de los artículos deportivos para ayudar a convertir los momentos deportivos en hábitos duraderos, la WFSGI convocó este encuentro para centrarse en lo que funciona y en cómo la industria puede desempeñar un papel más activo para hacerlo realidad.

Dave Wheeler, director de operaciones de New Balance y copresidente de la WFSGI, inauguró el evento exponiendo el compromiso del sector de ir más allá de la inspiración para lograr un impacto real en los jóvenes. Según Wheeler, *«La Copa del Mundo de la FIFA nos recuerda el extraordinario poder del deporte para unir, inspirar y conmover al mundo». Como industria de artículos deportivos, contribuimos a hacer posible el deporte —a través de los productos en los que confían los deportistas, la innovación que mejora el rendimiento y las colaboraciones que respaldan programas, entrenadores, clubes y comunidades—. Pero nuestro mayor impacto no reside solo en lo que fabricamos, sino en cómo ayudamos a más jóvenes a experimentar la confianza, la conexión y las oportunidades que el deporte puede ofrecer. Eventos como este son los que nos permiten convertir la inspiración en acción y construir un legado que comienza mucho antes del pitido final».*

Emma Zwiebler, directora general de la WFSGI, continuó diciendo: *«Como sector que mueve al mundo, el de los artículos deportivos tiene un papel único que desempeñar gracias a nuestro alcance global, nuestra influencia cultural y nuestra pasión por animar a las personas a realizar actividad física. Pero esto va más allá de cualquier marca, organización o sector en particular. Hoy se trata de reunir a la amplia gama de actores que son fundamentales para cumplir las ambiciones de legado de los grandes eventos deportivos, compartir lo que funciona y lo que no, y asegurarnos de que el impulso y las lecciones aprendidas de este Mundial lleguen a los futuros organizadores de eventos. Trabajando juntos, podemos cumplir con los jóvenes y las comunidades que más lo necesitan».*

De un momento a un movimiento

La primera mesa redonda, **«De un momento a un movimiento: por qué el legado de la participación debe comenzar en el diseño del evento»**, analizó por qué y cómo integrar la participación juvenil en la planificación de los grandes eventos deportivos desde el principio. El debate estuvo moderado por Brianna Keys (directora de Impacto Social de FIFA Host City NYC/NJ), Brian Flinn (vicepresidente sénior de Flag Football Global de la NFL), Jennifer Gray



(directora regional de Colaboraciones de World Rugby), Renata Simril (directora ejecutiva de la Fundación LA84), Maya Stephen (directora de Colaboraciones de Soccer Forward) y Katie Hanna (directora para Norteamérica del Centro para el Deporte y los Derechos Humanos), entre otros.

Los ponentes analizaron cómo los acuerdos con las ciudades anfitrionas, la planificación del acceso y la equidad, y el papel del sector como facilitador activo —y no solo como patrocinador— pueden combinarse para lograr resultados significativos para las comunidades.

De la inspiración al hábito

La segunda mesa redonda, ***De la inspiración al hábito***, analizó qué medidas funcionan a nivel comunitario para convertir la energía de los eventos en un cambio de comportamiento duradero, prestando especial atención a los jóvenes desfavorecidos. Entre los ponentes se encontraban Brianna Keys (directora de Impacto Social de FIFA Host City Nueva York-Nueva Jersey), Jennifer Sullivan (directora de operaciones del New York City Football Club), Tom Farrey (director ejecutivo del Programa de Deporte y Sociedad del Instituto Aspen), Laurie Whitsel (asesora de la Alianza para la Actividad Física y vicepresidenta de la Asociación Americana del Corazón), Yasmine Oucherif (Generation 2026: embajadora de Youth Media Forward), Mary Connor (directora ejecutiva de Common Goal), Héctor Moyeton (Ahsoka Changemakers) y Andy Jenkins (director de desarrollo juvenil de South Bronx United).

Las mesas redondas y las sesiones de trabajo paralelas dieron lugar a cinco principios clave para impulsar el legado de participación juvenil derivado de los grandes eventos deportivos y llegar a los jóvenes que más se pueden beneficiar de ello.

La WFSGI colaborará con los participantes y otras partes interesadas para presentar estos cinco principios a los gobiernos en la próxima Asamblea Mundial de la Salud, que se celebrará el año que viene en Ginebra.

##Fin##



Acerca de la WFSGI

La Federación Mundial de la Industria de los Artículos Deportivos (WFSGI) es la asociación comercial mundial que representa al sector de los artículos deportivos, con 150 empresas afiliadas que representan aproximadamente el 70 % de la facturación mundial de este sector. La WFSGI trabaja en la intersección entre el deporte, los negocios y las políticas públicas para promover un planeta más saludable y activo para todos. La federación es la Organización Reconocida para los Artículos Deportivos en el Movimiento Olímpico y mantiene relaciones oficiales con la Organización Mundial de la Salud para apoyar los objetivos globales en materia de actividad física. www.wfsgi.org

[Informe de la WFSGI sobre el impacto de la actividad física 2025: Impulsando al mundo hacia un futuro activo | WFSGI - Federación Mundial de la Industria de los Artículos Deportivos](#)

Contacto para los medios

Linda Murphy, directora de comunicaciones de la WFSGI — lmurphy@wfsgi.org