

Eventos deportivos socialmente responsables. Una vía sostenible de gestión

Socially responsible sport events. A sustainable way of sport management

Sánchez-Sáez, Juan Antonio ^{1,2} 

¹Universidad Católica de Murcia, GDOT, Gestión Deportiva, Ocio y Tecnología, Facultad de Deporte, Murcia, España. jasanchez419@ucam.edu

<https://orcid.org/0000-0001-9079-1827>

²Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo, Alicante, España

Resumen

Los gestores deportivos podrán encontrar en esta obra un manual teórico-práctico que ofrece una conceptualización de la Responsabilidad Social Corporativa de forma accesible y contextualizada en el sector de los eventos deportivos. En esta línea, y bajo la experiencia profesional e investigadora de los autores en este sector, se expone un modelo de implementación de acciones de responsabilidad social en acontecimientos deportivos de menor magnitud como instrumento de desarrollo local sostenible y de vertebración del territorio. Además, se centra la atención en la identificación de los diversos grupos de interés que son afectados o podrían serlo por la celebración de un evento con especial énfasis en los residentes. En definitiva, se pretende ofrecer una herramienta con la que alcanzar, de manera adecuada, un evento deportivo socialmente responsable.

Palabras clave: comunidad local, grupos de interés, eventos, deporte.

Abstract

Sports managers will find in this book a theoretical-practical manual that offers a conceptualisation of Corporate Social Responsibility in an accessible and contextualised way in the sports events sector. Along these lines, and based on the authors' professional and research experience in this sector, a model for the implementation of social responsibility actions in smaller sporting events as an instrument for sustainable local development and territorial structuring is presented. Furthermore, attention is focused on the identification of the different interest groups that are affected or could be affected by the holding of an event, with special emphasis on residents. In short, the aim is to offer a tool with which to achieve, in an appropriate manner, a socially responsible sporting event.

Keywords: local community, stakeholders, events, sport.

1. FICHA TÉCNICA

Título de la obra: Eventos deportivos socialmente responsables. Una vía sostenible de gestión deportiva

Autores: Juan Antonio Sánchez-Sáez, Ferran Calabuig Moreno, Ana M.ª Gallardo Guerrero, María José Maciá Andreu, Barbara Maussier y Francisco Segado Segado.

Editor: Juan Antonio Sánchez-Sáez

Editorial: Tirant lo Blanch

Colección: Plural

Edición: 1ª

Número de páginas: 192

Género literario: Manual teórico-práctico

ISBN Papel: 978-84-18656-14-9

ISBN Ebook: 978-84-18656-15-6

2. AUTORES

Eventos deportivos socialmente responsables. Una vía sostenible de gestión deportiva es el título del libro que tiene como editor y coautor a Juan Antonio Sánchez-Sáez, doctor en Dirección y Gestión de Entidades Deportivas, profesor de la Universidad Católica de Murcia y del Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo, y miembro del Comité organizador del Arena Handball Tour (Real Federación Española de Balonmano). Los diferentes capítulos de este libro, que forma parte de la colección Plural de la prestigiosa editorial valenciana Tirant lo Blanch, han sido escritos por un equipo de especialistas, integrado por el propio Juan Antonio Sánchez-Sáez, Francisco Segado Segado, María José Maciá Andreu, y Ana Gallardo Guerrero (todos ellos docentes e investigadores en la UCAM), Ferran Calabuig Moreno (Decano de la Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte de la Universidad de Valencia, Director of Sport Management e Innovation Research Group-SMIrg) y Bárbara Maussier (Universidad 'Tor Vergata' de Roma). La publicación lleva un prólogo de Leonor Gallardo Guerrero (catedrática de la Universidad de Castilla-La Mancha y consejera delegada de la SPIN OFF IGOID-SPORTEC) y un epílogo de Juan José Sánchez Balaguer, codirector de la Cátedra Iberoamericana 'Alejandro Roemmers' de Industrias Culturales y Creativas de la Universidad Miguel Hernández.

3. ESTRUCTURA DE LA OBRA

El libro consta de cuatro capítulos: Responsabilidad social corporativa en la gestión de entidades; El deporte como herramienta de aplicación de la RSC; Los eventos deportivos socialmente responsables; y Prácticas socialmente responsables en los eventos deportivos. Los gestores deportivos podrán encontrar en esta obra un manual teórico-práctico que ofrece una conceptualización de la Responsabilidad Social Corporativa de forma accesible y contextualizada en el sector de los eventos deportivos. En esta línea, y bajo la experiencia profesional e investigadora de los autores, se expone un modelo de implementación de acciones de responsabilidad social en acontecimientos deportivos de menor magnitud como instrumento de desarrollo local sostenible y de vertebración del territorio. Además, se centra la atención en la identificación de los diversos grupos de interés que son afectados o podrían serlo por la celebración de un evento, con especial énfasis en los residentes. En definitiva, el manual pretende ofrecer una herramienta con la que llegar a alcanzar, de manera adecuada, un evento deportivo socialmente responsable.

4. RESUMEN

De manera previa a la pandemia, una de las facetas humanas que mayor auge estaba experimentando en las últimas décadas -y que parece empieza a recuperarse en el punto en el que se quedó-, ha sido la práctica deportiva, recreativa y de ocio, que prácticamente formaba parte de la rutina diaria de la mayoría de la población. De igual manera, la organización de los eventos deportivos entendidos como una manifestación del deporte que sucede de manera esporádica, con una duración delimitada y en lugar concreto en el que se interrelacionan las personas (Jago y Shaw, 1998), también estaba incrementado de manera exponencial integrándose en el día a día de las comunidades locales. No era difícil encontrar, cada fin de semana, un acontecimiento deportivo que estuviese siendo celebrado en cualquier localidad, una carrera, un torneo de pádel, una marcha senderista, una regata, etc., tanto de carácter federado como popular, desarrollados éstos en instalaciones deportivas estandarizadas, en vías públicas (urbes) o el medio natural.

El desarrollo de estos acontecimientos, provoca inevitablemente una serie de impactos asociados de diversa índole en los municipios que los albergan, tanto positivos como negativos, como pueden ser: económicos (creación de empleo, incremento de precios, etc.), turísticos-comerciales (mejora de la imagen de la localidad de acogida, instalaciones inadecuadas etc.), físicos-medioambientales (preservación del patrimonio, daño ecológico, etc.) sociales-culturales-deportivos (orgullo cívico, potenciación de las tradiciones, promoción deportiva, aglomeraciones, etc.), psicológicos (clima festivo, choque cultural, etc.) y políticos-administrativos (reconocimiento de otras localidades, corrupción, etc.) (Chen, 2011; Cheng y Jarvis, 2010; Hassanien y Dale, 2011; Lin y Lu, 2016; Llopis y Gil, 2011; Zhou, 2010; Zimbalist, 2010).

Debido a esta nueva tendencia del deporte, el concepto de evento socialmente responsable se torna fundamental con la finalidad de paliar o eliminar los impactos negativos y maximizar los positivos, no solamente siendo sostenible con el medio ambiente sino también en lo económico y con respecto a la comunidad de acogida.

Es por ello que las entidades organizadoras deberán concebir la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el deporte como la forma en que un organismo relacionado con la actividad deportiva busca alinear sus valores y comportamiento con los de sus diversos grupos de interés (stakeholders). De esta manera, los gestores de los acontecimientos -entidades públicas, privadas o consorcios- si lo que pretenden es alcanzar el mayor éxito posible en la celebración de estas actividades, deberán identificar como premisa fundamental a cada uno de sus grupos de afectados y tener en cuenta sus necesidades y expectativas así como conocer la percepción del mayor número de éstos (García-Alcober y Llopis-Goig, 2013; Parra y Duclos, 2013; Sánchez-Sáez, et al., 2020; Sánchez-Sáez, 2021): propietarios, inversores, accionistas, empleados, proveedores, deportistas, espectadores, aficionados, turistas, asociaciones, comunidad local, socios comerciales, medios de comunicación, las diferentes administraciones públicas, los órganos nacionales e internacionales de gestión deportiva o la industria de equipamiento deportivo (Filizöz y Fişne, 2011). Además, las entidades organizadoras, deben de ser conscientes de que el escenario donde desarrollan su actividad es la comunidad, y aquí se deberá crear una fuerte red entre las entidades y los diferentes grupos de interesados, entre ellos los residentes. Por tanto, la creación de empleo, la aparición de nuevas empresas, la gestión

de residuos y la eficiencia energética, la recuperación de espacios en desuso, la ruptura de la temporalidad del turismo en zonas en desarrollo, el ensalzamiento de la cultura propia de la localidad como un bien más del evento (monumentos, gastronomía, tradiciones, etc.) o la inclusión de los residentes locales como parte del comité organizador, son algunas de las medidas que se deberían implementar en un proyecto de evento socialmente responsable en todos los ámbitos. En definitiva, la entidad organizadora devuelve de este modo a la sociedad lo que ésta le aporta.

Una vez identificados los grupos de interés, los organizadores de los acontecimientos deportivos deberían tener una preocupación particular en las percepciones de los grupos de afectados provocadas por el desarrollo de su actividad (impactos), para gestionar y alcanzar mecanismos mediante los cuales poder resolver los conflictos, integrar el evento dentro de la cultura local, responder a las demandas de la comunidad y minimizar impactos negativos con la finalidad de asegurar el apoyo hacia el evento (Fredline et al., 2003; Parra y Duclos, 2013). Estos grupos pueden ayudar a los gestores a tomar decisiones mediante la información aportada.

En definitiva, se podría decir, que la transversalidad del deporte provoca que la RSC pueda ser impregnada en cada acción o proceso de la celebración de los eventos deportivos, pudiendo ser definida la RSC en los eventos deportivos como:

“aquellas acciones adoptadas de manera voluntaria por el comité organizador, que utilizan la transversalidad del deporte para tratar de satisfacer las expectativas del mayor número de grupos de interés posible pero sobre todo de la población local donde se celebra el acontecimiento y de este modo alcanzar objetivos comunes mitigando los impactos negativos y tratando de impulsar los positivos tanto en el presente como en el futuro” (Sánchez-Sáez, 2017).

Finalmente, lo que se pretende poniendo en práctica lo expuesto anteriormente, sería ofrecer información útil para que los gestores de eventos deportivos puedan implementar sus acontecimientos con acciones de RSC integradas dentro de la propia actividad, proponiendo así un modelo de evento donde la consecución de un legado de tipo social, mucho menos desarrollado, sea lo prioritario frente a los impactos económicos (fin de toda actividad comercial) y medioambientales (regulados por ley). De este modo se tratará de invertir lo determinado por Steiner (2005), que expuso que la RSC está conformada en un 95% por retórica y un 5% de acciones prácticas.

REFERENCIAS

- Chen, S. C. (2011). Residents' perceptions of the impact of major annual tourism events in Macao: Cluster analysis. *Journal of Convention & Event Tourism*, 12, 106 – 128. doi: 10.1080/15470148.2011.569877
- Chen, S. C. (2011). Residents' perceptions of the impact of major annual tourism events in Macao: Cluster analysis. *Journal of Convention & Event Tourism*, 12, 106 – 128. doi: 10.1080/15470148.2011.569877
- Filizöz, B., & Fişne, M. (2011). Corporate social responsibility: A study of striking corporate social responsibility practices in sport management. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 1405–1417. doi: 10.1016/j.sbspro.2011.09.062.
- Fredline, L., Jago, L., & Deery, M. (2003). The development of a generic scale to measure the social impacts of events. *Event Management. An International Journal*, 8(1), 23-37. doi: doi.org/10.3727/152599503108751676
- García-Alcober, M. P., & Llopis-Goig, R. (2013). Responsabilidad social corporativa y deporte. Precisiones teóricas y desarrollos potenciales. En Aldaz, J., Dorado, A., Jiménez, P. J., &

- Vilanova, A. (Eds.), *Libro de actas del XII Congreso AEISAD: Responsabilidad Social, Ética y Deporte* (pp. 89-95). Madrid, España: Ibersaf Industrial.
- Hassan, D., & O’Kane, P. (2011). The Great Race across the Sahara: A history of the Paris to Dakar Rally and its impact on the development of corporate social responsibility within motor sport. *The International Journal of the History of Sport*, 28(2), 268-280. doi: 10.1080/09523367.2011.537917
- Jago, L. K., & Shaw, R. N. (1998). Special events: A conceptual and definitional framework. *Festival Management, & Event Tourism*, 5(1), 21-32. doi: doi.org/10.3727/106527098792186775
- Lin, H.-W., & Lu, H.-F. (2016). Valuing residents’ perceptions of sport tourism development in Taiwan's North Coast and Guanyinshan National Scenic Area. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(4), 398-424. doi: 10.1080/10941665.2015.1050424
- Llopis, M. P., & Gil, I. (2011). Un gran evento deportivo: Perspectiva de los residentes de la ciudad de acogida. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 4, 32 -61.
- Parra, D., & Duclos, D. (2013). Percepción de los residentes sobre el impacto socioeconómico de un evento deportivo: Análisis de segmentos y perfil del residente. *Journal of Sport Economics & Management*, 3(1), 4-32.
- Sánchez Sáez, J. A. (2017). Percepción de la responsabilidad social corporativa de los stakeholders en eventos deportivos: la ruta de las fortalezas. [Tesis de Doctorado, Universidad Católica de Murcia]. Repositorio Institucional – Universidad Católica de Murcia.
- Sánchez-Sáez, J. A. (Ed.) (2021). *Eventos Deportivos Socialmente Responsables. Una vía sostenible de gestión deportiva*. Tirant Lo Blanch.
- Sánchez-Sáez, J. A., Segado Segado, F., Calabuig-Moreno, F., & Gallardo Guerrero, A. M. (2020). Measuring residents’ perceptions of corporate social responsibility at small-and medium-sized sports events. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(23), 8798. <https://doi.org/10.3390/ijerph17238798>
- Steiner J. F. (2005). *Business, government, and society: A managerial perspective: Text and cases*. New York, USA: McGraw-Hill Professional.
- Zhou, J. Y. (2010). Resident perceptions toward the impacts of the Macao Grand Prix. *Journal of Convention & Event Tourism*, 11(2), 138-153. doi:10.1080/15470148.2010.485179
- Zimbalist, A. (2010). ¿Merece la pena? *Finanzas & Desarrollo*, 8-11.

Como citar:

Sánchez-Sáez, J. A. (2022). Eventos deportivos socialmente responsables. Una vía sostenible de gestión. *SIGNUM: Revista Internacional de Investigación en Eventos, Protocolo y Relaciones Institucionales*, 1(1): 65-55.