

**ESPAÑA
DEPORTE
FUTURO**

Un nuevo tiempo, una nueva política pública deportiva.

Un proyecto de:



Desarrollado por:



Editado por:



Presentación Institucional.	07
Introducción.	12
Un mapa para el futuro.	18
España Deporte Futuro.	28
Reflexión sobre el marco normativo del deporte.	38

**Hacia una ciudadanía
activa y un territorio
sostenible.**

66

**El deporte como
fenómeno económico.
Más que palabras.**

92

130

Presentación Institucional

José Manuel Rodríguez Uribes, presidente del Consejo Superior de Deportes.

El deporte español mira al futuro. Ante nosotros se abre un horizonte de cuatro años en el que debemos intensificar nuestro esfuerzo y trabajo para mejorar un sector cada día más dinámico y complejo. Un trabajo que estamos llevando a cabo alrededor de tres grandes ejes de acción. En primer lugar, el desarrollo de la nueva Ley del Deporte, un objetivo fundamental que siempre debe tener a las personas en su perspectiva. Hacer de la actividad física un derecho para toda la ciudadanía y democratizar el deporte de alto nivel son algunas de las guías que debe marcar el actual desarrollo normativo.

En segundo lugar, queremos que España siga ganando posiciones en el ámbito internacional. Nuestro país ha demostrado de forma más que sobrada su capacidad para acoger los mayores eventos deportivos internacionales, pero debemos seguir siendo ambiciosos. Este año organizaremos en Barcelona la 37.^a edición de la Copa América de Vela y ya es nuestra la organización de la Copa del Mundo de Fútbol de 2030. Pero aspiramos también a la organización de los Mundiales de Atletismo de 2029, de la Copa Ryder de golf y de tantos otros proyectos ilusionantes. Y, por último, una de las apuestas estratégicas del Consejo Superior de Deportes para los próximos años responde a una realidad social.

Tenemos meridianamente claro que España será un país mejor si mujeres y hombres tienen la misma presencia en el deporte: desde la base y la práctica deportiva, hasta los puestos de dirección y representación deportiva. El deporte influye en la sociedad de forma transversal; por ello creemos firmemente que nuestra gestión debe estar impregnada del sello del feminismo.

Nuestro deporte goza de una estupenda salud, pero queremos seguir mejorando. Y reafirmamos nuestra convicción en un año clave: el de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de París, en los que aspiramos a superar nuestro récord de 22 medallas olímpicas y crecer como potencia mundial paralímpica. Y lo lograremos. Fruto de nuestro firme compromiso y ambición con la mejora del deporte español, el CSD y la Fundación Deporte Joven presentamos en este documento las conclusiones del proyecto «Es de Futuro», que durante meses ha reunido a expertos y entidades del sector público y privado en la definición de las bases y el camino que debemos seguir en los próximos años. Unas líneas estratégicas que presentamos el pasado 28 de noviembre de 2023 en el Congreso de los Diputados, la casa de todos los españoles. No podía ser en otro lugar: un punto de encuentro, un espacio donde compartir distintos puntos de vista y avanzar juntos como sociedad.

«Es de Futuro» es un proyecto innovador, porque involucra a los agentes públicos y privados en esta nueva forma de imaginar el futuro del deporte. Es un proyecto abierto, porque todos los ciudadanos han tenido la oportunidad de participar y de

ser escuchados. Es una iniciativa valiente, haber unido tantos puntos de vista distintos hacia la misma dirección no resulta sencillo. Y es un proyecto consciente, porque parte de las exigencias de la sociedad de hoy día: más igualdad, más inclusión, más sostenibilidad y mayor progreso económico.

Juntos y juntas damos, por tanto, un paso adelante en la construcción de un deporte más justo, inclusivo y generador de salud y riqueza. Articulamos las líneas maestras que deberán seguir las políticas públicas deportivas, y lo hacemos de forma consensuada con todos los actores del ecosistema deportivo. En definitiva, damos, de la mano, un paso al futuro.

Félix Jordán de Urríes, director general de la Fundación Deporte Joven.

Durante los últimos meses, la sociedad española ha tenido la oportunidad de colaborar en la construcción de las políticas públicas en materia deportiva de las próximas décadas en nuestro país, gracias al proceso participativo y reflexivo Es De Futuro, un proyecto sin precedentes en el conjunto de la ciudadanía y, concretamente, en los sectores vinculados al deporte, impulsado por el Consejo Superior de Deportes y ejecutado por la Fundación Deporte Joven.

En él se han planteado retos, inquietudes e ideas que harán a partir de ya, sacar el máximo provecho transformador social del deporte y la actividad física.

Alfonso Arroyo, director general de la Plataforma España Deporte.

El deporte, como industria, tiene la capacidad de impactar en lo más tangible del desarrollo de una sociedad: su producción, sus recursos. Para ello, el trabajo realizado y las aportaciones recibidas han puesto de manifiesto que debemos trabajar sobre tres ejes: invertir en innovación y tecnología; focalizarnos en el dato para conocer mejor a nuestros perfiles fundamentales; y alinear al deporte con las tendencias sociales que definen el marco público de hoy (igualdad, inclusión, sostenibilidad) desde la consciencia del poder movilizador que tiene.



Capítulo 1

Introducción.

Desde tiempos inmemoriales, el ser humano ha mostrado un interés especial por la actividad física. Históricamente, el deporte ha sido siempre más que un mero espectáculo o entrenamiento para una determinada audiencia. En la antigua Grecia, por ejemplo, poseía un papel esencial con implicaciones directas en la religión, la distribución de la riqueza, la producción artística, la educación, la medicina e incluso la política. Su relevancia encuentra eco en la construcción de la propia mitología griega y, por ende, de una identidad cultural y social que ha trascendido a través de los siglos como semilla germinal de la civilización occidental.

Un reflejo de la importancia del deporte en el conjunto de la sociedad ha sido el constante empeño por marcar su desarrollo y evolución a través de las políticas públicas, especialmente en épocas más recientes. Los últimos treinta años de éxitos del deporte español son un buen testigo de ello.

Esta evolución del deporte desde una actividad meramente instrumental para un fin esencial de los seres humanos como es alimentarse, hasta convertirse en un elemento que se encuentra imbricado de forma íntima con la construcción de la identidad cultural de las sociedades no es sino un reflejo de la propia esencia humana y de su evolución.

En la secuela del clásico de Lewis Carroll «Las aventuras de Alicia en el país de la Maravillas», titulada «A través del espejo y lo que Alicia encontró allí», aparece un curioso pasaje en el que Alicia y la Reina roja corren sin parar, pero al mismo tiempo no son capaces de avanzar. Inspirada en este fragmento, existe una hipótesis en el campo de la biología evolutiva denominada

«Efecto Reina Roja» que postula la necesidad de evolucionar no para triunfar, sino para no quedarse atrás. Esta analogía resulta más que pertinente. Si se analiza la historia humana, es fácil observar un patrón, una búsqueda constante. El ser humano dejó atrás las cuevas, subió a las colinas y encontró el fuego, cruzó océanos, conquistó el cielo, llegó a la Luna y llegará a Marte. Está en su naturaleza, es algo fácilmente observable en sus herramientas, en cómo van adquiriendo complejidad, en cómo se adaptan a nuevos contextos, en cómo modifica el entorno y da respuesta a nuevos desafíos.

Toda evolución requiere, por tanto, una adaptación para darle respuesta y, hoy, es una realidad más que palpable. Los últimos 40 años han visto que nuestras sociedades han cambiado de forma notable y continúan haciéndolo a una gran velocidad. . La ciencia, la tecnología y el conocimiento han transformado la forma en la que se trabaja, se interactúa, se vive, el entorno, la percepción, etc. El deporte no puede ser una excepción a estos cambios.

El marco normativo español del mundo del deporte contaba con una vigencia de más de treinta años. La última Ley del Deporte data de 1990, tres décadas en las que la realidad mundial, española y del deporte se han visto transformadas de forma trascendental. Los cambios demográficos, sociales, económicos y tecnológicos se han multiplicado exponencialmente y el marco normativo tiene la obligación de adaptarse para dar respuesta a las necesidades actuales de la sociedad.

La nueva Ley 39/2022 del Deporte es la respuesta a esa demanda de la sociedad en general y del mundo del deporte en particular. Una moder-

nización en toda regla de la propia concepción del deporte como elemento transversal al conjunto de la sociedad, pero también un reconocimiento de su capacidad transformadora y de impacto.

Es en este contexto y con esta ambición que España Deporte Futuro tiene lugar. La nueva Ley del Deporte crea un marco flexible que sienta los cimientos del futuro. Pero el camino por el que transite el deporte español debe construirse sobre el desarrollo reglamentario de esos cimientos, sobre una nueva aproximación de las políticas públicas deportivas. España Deporte Futuro establece las bases de esas nuevas políticas públicas deportivas, planteando una serie de reflexiones colaborativas sobre los temas claves para el futuro del deporte español.





Capítulo 2

Un mapa para el futuro.

El deporte es una de las herramientas que contribuyen a la construcción de identidades y sociedades. En este sentido, el deporte español no deja de ser un reflejo de la Marca España y de sus capacidades como economía y sociedad. Es la misma concepción que tuvo en la sociedad griega, como elemento esencial del concepto de ciudadanía y definición cultural de la civilización occidental.

La nueva Ley 39/2022 del Deporte es una respuesta imprescindible a esta realidad. Refleja un enorme esfuerzo de reflexión sobre una sociedad en constante evolución, planteando los cimientos fundamentales para el futuro del deporte español y marcando las líneas de trabajo sobre las que es más necesario que nunca incidir. El cambio no va a parar y el deporte no puede permitirse el lujo de quedar atrás. Todo el trabajo de reflexión, que tuvo su culminación con la celebración de tres jornadas, cada una de ellas dedicada a un aspecto clave del contexto actual del deporte en España, deja un relación de líneas de trabajo esenciales para el futuro de las políticas públicas en el ámbito del deporte español y su papel como herramienta de transformación social y motor para la economía.

1. La digitalización como motor de cambio y generación de valor: la digitalización del mundo es una realidad a todos los niveles y el deporte no puede ser una excepción. La gestión adecuada de la tecnología en el ámbito deportivo es crucial, ya que puede representar tanto una oportunidad de crecimiento como una amenaza si no se maneja correctamente.

Aunque se ha avanzado en la discusión sobre ciertos aspectos tecnológicos, como la

implementación de sistemas de seguimiento y análisis de rendimiento, todavía hay numerosos elementos en fase inicial. Esto incluye cuestiones relacionadas con la legislación en torno a la privacidad de los datos, la seguridad y los derechos digitales de los deportistas. La necesidad de que la industria del deporte aborde estos desafíos de manera proactiva y trabaje en conjunto con expertos en tecnología y legisladores para establecer estándares claros y eficaces es más que evidente.

- 2. El desarrollo reglamentario como mecanismo de implementación del espíritu de la ley:** la nueva Ley 39/2022 refleja en su espíritu una serie de realidades, pero como toda ley, necesita algo más. El desarrollo reglamentario de la ley adquiere una importancia vital para que ésta pueda cumplir su propósito. Cada aspecto clave recogido en la ley requerirá, por tanto, un trabajo propio y un reflejo en ese nuevo marco reglamentario que marque los caminos de futuro de las políticas públicas en el ámbito del deporte.
- 3. La esencialidad del deporte como actividad:** lleva, inevitablemente a su consideración como derecho de las personas, siendo un cambio realmente paradigmático que impulsa este nuevo marco normativo. La consideración del deportista, la distinción entre distintos tipos de deportistas, la realidad que debe recoger el futuro estatuto del deportista, etc. son temas asociados a ese desarrollo reglamentario, pero que marcan de forma clara el futuro del deporte Español.

- 4. Fomentar la cultura del deporte:** esta esencialidad tiene que ser trabajada desde el fomento de una cultura del deporte. La capacidad de transformación social del deporte va íntimamente asociada al desarrollo de la persona. Al igual que existen distintos tipos de cultura, el deporte, como tal, debe trabajarse desde etapas muy tempranas, para que se pueda absorber la cultura de la actividad física como algo inherente al espíritu de la persona, así como los valores que forman parte de la naturaleza del deporte. Pero esta cultura del deporte no se puede quedar sólo en la educación, sino que tiene que encontrar un reflejo en el propio entorno. El desarrollo de políticas que faciliten la adaptación y transformación de entornos urbanos hacia escenarios que fomenten un estilo de vida más activo es otra de las claves de la cultura del deporte.
- 5. Deporte y salud como compañeros de viaje:** los primeros beneficios de fomentar el deporte como cultura desde etapas tempranas tendrán un claro reflejo en el ámbito de la salud. Deporte y salud tienen desde tiempos inmemoriales una estrecha relación y su impacto sobre el Sistema Nacional de Salud está más que demostrado. De nuevo, trabajar impulsando un estilo de vida más activo requerirá de políticas activas en múltiples dimensiones, incluidas las infraestructuras, las cuales no pueden ser dejadas de lado. La lucha contra el sedentarismo derivado del estilo de vida actual, eminentemente urbano, ha de ser uno de los pilares de trabajo y ello involucra, necesariamente a la educación.

- 6. El deporte y sus valores en la sociedad:** la igualdad y la inclusión e integración social son conceptos que marcan la capacidad de desarrollo futuro del deporte. Está más que demostrado que son elementos clave en el desarrollo económico real de cualquier sociedad e industria. La Ley, a través de la flexibilidad que otorga al desarrollo reglamentario, muestra de forma decidida la ambición por convertirse en una herramienta dinámica que recoja el sentir de la sociedad, apostando por recoger las múltiples sensibilidades y las necesidades que poseen.
- 7. La sostenibilidad como parte integral del deporte:** la concepción de la sostenibilidad como un fenómeno multidimensional y transversal toma cuerpo en las palabras de la Ley. Va más allá del mero aspecto ambiental directo, para considerar el entorno como un actor más del deporte. Una parte muy relevante del deporte tiene lugar al aire libre en entornos naturales y es ahí donde el entorno se convierte en algo más que un mero actor pasivo, en un protagonista de la función. Los eventos, las competiciones deportivas y las propias organizaciones tienen un impacto sobre el mismo, pero también sobre los entornos rurales y urbanos que los acogen. La sostenibilidad es una labor que comienza mucho antes y cuyo impacto es clave, no sólo para el entorno, sino para el futuro sostenible de esas comunidades.
- 8. El papel de las ciudades activas:** España es un país con una fuerte polarización de la población alrededor de entornos eminentemente urbanos. Una parte muy importante

de la cultura del deporte, la salud, los valores, la sostenibilidad, etc. encuentran una relación muy íntima con el entorno en el que deberían suceder. Las ciudades son enormes generadores de inercia debido al peso que tienen como infraestructuras, es decir, tienden a determinar lo que sucede en ellas. En este sentido, el papel de las políticas públicas para impulsar que las ciudades se conviertan en facilitadoras de una ciudadanía más activa es esencial. Su articulación a través de una Estrategia Nacional orientada al fomento del deporte contra el sedentarismo y la inactividad física debería ser una prioridad.

9. **La sostenibilidad económica del deporte:** al igual que cambia la realidad, los actores de la misma no sólo tienen que adaptarse, sino que deben buscar respuestas proactivas. La colaboración es hoy, más que nunca, un atributo imprescindible de las organizaciones e industrias. La realidad del deporte como fenómeno económico requiere trabajar de forma decidida en esta línea. El cambio de paradigma que impulsa la nueva Ley de Deporte subraya la necesidad de profundizar en la colaboración público-privada. La esfera pública, como gran facilitadora, debe de ser capaz de crear un entorno legislativo que impulse esta colaboración en aspectos relativos a nuevos modelos de patrocinio, impulso de la inversión privada, programas de membresía y otras alternativas.
10. **El deporte como fenómeno turístico y de entretenimiento:** el reconocimiento del deporte como actividad económica va más allá de la mera actividad deportiva. Tiene que ver con su impacto en salud, pero también como

fenómeno unido al turismo. El turismo activo y el turismo de eventos deportivos son un camino en el que una potencia turística líder como España debe aprovechar. Liderazgo e innovación deben ir de la mano como una fórmula para mantener y progresar en esa posición de privilegio que hoy sostiene España. En última instancia, el reconocimiento del deporte como entretenimiento debe suponer el desarrollo de estrategias de acercamiento a nuevas audiencias, para lo que desarrollar nuevos modelos de relación con estas resulta imprescindible.

- 11. El papel transversal y tractor de las Federaciones Nacionales:** la realidad que refleja la ley sobre la responsabilidad y transversalidad del deporte encuentra su arquitectura fundamental en la estructura de federaciones nacionales. La ley marca un punto de partida que debe ser desarrollado, convirtiéndose las Federaciones no sólo en un actor relevante, sino en un actor tractor para el desarrollo de las políticas públicas deportivas en España.
- 12. Reformulando la gobernanza:** un ecosistema necesita además un modelo de gobernanza articulable y claro, es decir una arquitectura de normas y regulaciones que impulsa valores intangibles que son inherentes al propio deporte. La ética, la colaboración, la buena gobernanza en organizaciones e instituciones deportivas, pero también la transparencia, la responsabilidad y la integridad. Es necesario trabajar para fomentar el impulso y reconocimiento de estos valores, así como los entor-

nos seguros, diversos y prósperos para todos los actores que forma el ecosistema.

Estas líneas de trabajo recogen un mapa para el futuro del deporte español, pero cada uno de los temas que cubren dan para ese desarrollo reglamentario tan esencial, para hacer tangible ese espíritu de la nueva Ley. Para ello, apoyarse en estrategias nacionales, como podría ser la orientada al fomento del deporte contra el sedentarismo y la inactividad física, y libros blancos, será clave para llevar ese espíritu a la realidad del día a día en la que viven las personas.

Decía Platón en su Academia de Atenas que «la educación es el arte de conducir al niño por los caminos de la razón. Su deber consiste en fortalecer el cuerpo tanto como sea posible y en elevar el alma a su más alto grado de perfeccionamiento». Incluso Sócrates ya manifestaba la importancia de «esculpir» el cuerpo, un arte al que todo ciudadano debería dedicarse por su utilidad para potenciar valores como la tenacidad, la perseverancia y la responsabilidad. Este espíritu de los antiguos refleja el carácter del deporte como herramienta para forjar la sociedad y ponerse al servicio de las personas.

La nueva Ley de Deporte marca, precisamente, el camino para articular un acercamiento a este espíritu. No es un principio, ni un final, pero desde luego es un paso significativo en el camino de progreso que el deporte español lleva dando en las últimas cuatro décadas.





Capítulo 3

**España Deporte
Futuro.**

España Deporte Futuro nace impulsado por el Consejo Superior de Deportes y desarrollado por la Fundación Deporte Joven, siendo su objetivo sentar las bases de las nuevas políticas públicas de acuerdo al marco generado por la nueva Ley de Deporte.

En diciembre de 2022 se aprobó la Ley 39/2022. Un significativo cambio respecto a la Ley 10/1990, que durante más de 30 años guio los caminos del deporte español durante una época de gran éxito.

Como la propia ley reconoce en su preámbulo, el tiempo transcurrido desde la promulgación de la anterior normativa, y la velocidad de cambio que han caracterizado a estas tres décadas, hacían necesario impulsar un nuevo marco acorde a los tiempos y a la realidad social del presente, pero teniendo en cuenta, precisamente, el futuro.

La nueva ley supone un cambio transversal con impacto en todos aquellos ámbitos que definen el fenómeno deportivo. Pone en su centro de atención la relevancia del deporte en el conjunto de la sociedad, destacando el papel esencial de las políticas de fomento del deporte, su valor social, su capacidad transformadora, así como su papel en políticas igualmente transversales de la sociedad como la igualdad y la sostenibilidad.

España Deporte Futuro nace con esta realidad impresa en su ADN y se ha postulado como un espacio de reflexión abierto y participativo que permita sentar las bases y las guías de las políticas públicas del deporte en el contexto del marco normativo que proporciona la nueva Ley.

Durante los últimos meses, España Deporte Futuro ha abierto las puertas a la sociedad y a distintos agentes para tratar diferentes aspectos

claves del deporte. Para ello, se han puesto en marcha dos esferas de debate (una esfera física y una esfera digital) que se han complementado entre sí.

La esfera física ha estado compuesta de una serie de jornadas temáticas que han reunido a distintos expertos y agentes del mundo del deporte. A raíz de lo tratado en cada una de esas jornadas, se ha abierto al conjunto de la sociedad una esfera digital en la que han podido contribuir y aportar a lo planteado.

La primera de las jornadas celebradas tuvo lugar en Toledo el pasado 10 mayo y estuvo centrada en «El nuevo marco normativo del deporte». Esta jornada contó con un total de 61 asistentes y con 8 ponentes y moderadores. A su vez, teniendo en cuenta las métricas recogidas durante la celebración de la jornada en la plataforma digital, se recogieron 34 votos emitidos y un total de 50 comentarios publicados en los debates.

[Jornada #01: El nuevo marco normativo del deporte] Página 25.

La segunda de las jornadas centró su atención en «Ciudadanía activa y territorio sostenible» y tuvo lugar en Sevilla el 20 de junio. Esta vez se puso en el centro del debate la relevancia de la práctica deportiva y la necesidad de promover hábitos saludables. La jornada se organizó alrededor de cinco mesas de trabajo en las que se fueron abordando temáticas como la importancia del deporte para un modelo de país inspirado por la Agenda 2030 y los ODS, la promoción de la salud, la inclusión social o el impacto de los entornos físicos. El encuentro contó con 72 usuarios asistentes y 11

ponentes y moderadores, y en el ámbito digital se emitieron 51 votos y 13 comentarios.

[Jornada #02: Ciudadanía activa y territorio sostenible]:

Página 26.

La última cita tuvo lugar en Bilbao el 26 de septiembre y trató «El deporte como fenómeno económico». La realidad del deporte va más allá de lo social y tiene una dimensión económica en términos de generación de valor y empleo. La jornada estuvo compuesta por la celebración de seis mesas de trabajo y contó con la asistencia de 108 personas y 23 ponentes y moderadores. En el ámbito digital se emitieron 13 votos y 2 comentarios.

[Jornada #03: El deporte como fenómeno económico. Dimensión e

impulso a la industria del deporte]: Página 27.



El nuevo marco normativo del deporte. Programa.

09:30	Recepción de asistentes.
10:00	Apertura de la jornada: José Manuel Franco, presidente del CSD. • Intervención de Félix Jordán de Urríes Mur, director general de la Fundación Deporte Joven. • Intervención de Miguel Ángel Vaquero, presidente de la Asociación Española de Derecho Deportivo.
10:15	Desarrollo del Real Decreto de Federaciones y Entidades Deportivas. Modera Ana Ballesteros Barrado.
11:15	Desarrollo del Real Decreto de Seguro Deportivo. Modera Javier Tirado Suárez.
12:15	Explicación de la plataforma de debate digital. Intervención de Azucena Elbaile, Innovation Spaces & Acceleration Director en Barrabés.
12:20	Descanso para <i>coffee break</i> .
12:45	Desarrollo del Real Decreto de Disciplina y Régimen Sancionador. Modera Gabriel Real Ferrer.
13:45	Análisis, implicaciones, desarrollo conceptual y jurídico del concepto de «Actividad esencial de la práctica deportiva». Modera Nicolás de la Plata Caballero.
14:30	Pausa para la comida, formato catering.
15:30	Desarrollo del Real Decreto del Estatuto del Deportista. Modera Diana Malo de Molina.
16:30	Desarrollo de la Orden electoral de las Federaciones. Modera Julián Espartero Casado.
17:30	Borrador de la Ley de Financiación del Deporte. Modera José Luis Carretero Lestón.
18:30	Conclusiones y clausura. Intervención de Fernando Molinero, director general de Deportes del CSD.



Ciudadanía activa y territorio sostenible. Programa.

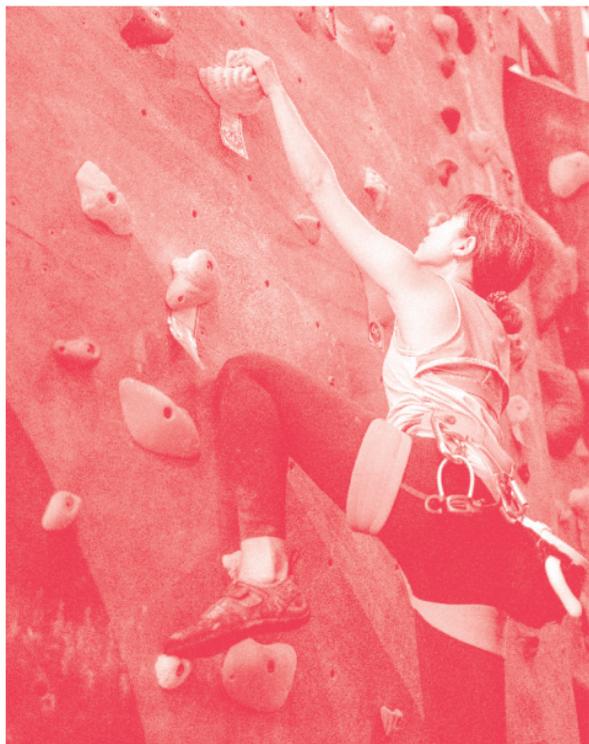
10:00	Recepción de asistentes.
10:30	Apertura de la jornada: Victor Francos, presidente del CSD. • Intervención de Félix Jordán de Urries, director general de la Fundación Deporte Joven. • Intervención de Alfonso Jiménez, catedrático y director del Centro de Investigación en Ciencias del Deporte, Universidad Rey Juan Carlos. • Intervención de Ander Gil, presidente del Senado.
10:50	Explicación de la plataforma de debate digital. Intervención de Azucena Elbaile, Innovation Spaces & Aceleration Director en Barrabés.
11:05	«La sociedad española: una estructura sociodemográfica, socioeconómica y cultural diversa, y sus implicaciones para el ecosistema del deporte y sus agentes». Modera David Moscoso, catedrático de sociología, Universidad de Córdoba.
11:30	Descanso para <i>coffee break</i> .
11:45	«La importancia del deporte en un modelo de país inspirado en la Agenda 2030». Modera Alfonso Arroyo, director general de la Plataforma España Deporte. Ponente: Ana Vallejo, directora de Más que Sostenible.
12:30	«La práctica deportiva como elemento central de la promoción de la salud». Modera Marcela González-Gross, catedrática Universidad Politécnica de Madrid.
13:15	<i>Working lunch</i> .
14:15	«El deporte como pilar estratégico del modelo educativo». Modera Juan Antonio Moreno Murcia, catedrático Universidad Miguel Hernández de Elche.
15:00	«El deporte como acelerador de inclusión social.» Modera Santiago F. Gómez, director global de Investigación y Programas de Gasol Foundation. Ponente: José María Mur, presidente de la Asociación Nereu.
16:00	«La ciudadanía activa y el impacto de los entornos físicos en la promoción del comportamiento activo.» Modera Carlos Lahoz Palacio, Taller de Ideas y UrbanNetworks.
17:00	Conclusiones de la jornada. Intervención de Alfonso Jiménez, catedrático y director del Centro de Investigación en Ciencias del Deporte, Universidad Rey Juan Carlos.
17:30	Clausura de la jornada. Intervención de Félix Jordán de Urries, director general de la Fundación Deporte Joven.



El deporte como fenómeno económico. Dimensión e impulso a la industria del deporte. Programa.

09:00	Recepción de asistentes.
09:30	Apertura de la jornada por el presidente del Consejo Superior de Deportes, Víctor Francos y el director de Actividad Física y Deportes del Gobierno Vasco, Gorka Iturriaga. • Intervención de la concejala de Juventud y Deportes del Ayuntamiento de Bilbao, Itxaso Erroteta. • Intervención de Félix Jordán de Urries, director general de la Fundación Deporte Joven. Homenaje y entrega de placa a Paloma del Río por parte de Víctor Francos, presidente del Consejo Superior de Deportes.
09:50	Ponencia magistral. «Impacto económico del deporte y futuro». Modera Alfonso Arroyo, patrono ejecutivo de la Fundación Deporte Joven. Ponente: Patricia Manca, Socia NewLaw de PwC.
11:00	Mesa redonda. «Eventos deportivos. Mucho más que mero espectáculo». Modera Patricia López, directora de 2Playbook Media. Ponentes: Javier Guillén, director general en Unipublic; Jesús García, CEO de MKTG Spain; Agustí Pérez, director general para el sur de Europa de Ironman y Alberto Larrucea, director general de Innevento.
11:50	Explicación del uso de la plataforma de debate digital.
12:00	Descanso para <i>coffee break</i> .
12:15	Mesa redonda. «Materiales, tecnología y producto deportivo Made in Spain», Modera Iratxe Zubieta. Ponentes: Oscar Jiménez, responsable de Patrocinio de Joma; Dr. Víctor Alfaro, director general de Podoactiva; Joseba Arizaga, responsable de Ciclismo de Carretera de Orbea y Patxi Rodrigo, director general de Etxeondo.
13:15	Mesa redonda. «Turismo deportivo, rearma y expansión. Destinos y experiencias». Modera Enrique Coronas, director de Estrategia & Nuevos Negocios de la consultora Barrabés. Ponentes: Susana Cubells, vicepresidenta de Zona Zero; Josete Franco, subdirector de Marketing de Aramón y Daniel Solana, director de Basquetour.
14:15	<i>Working lunch y networking</i> .
15:15	Ponencia Magistral. «Digitalización del deporte». Modera Azucena Elbaile, directora de Aceleración y Espacios de innovación en Barrabés. Ponente: Conchi Bellorin, adjunta a la Secretaría General Consejo Superior de Deportes.
16:15	Mesa redonda. «Experiencias, organizaciones y casos de éxito». Modera María Casado, técnica del Departamento de Turismo, Cultura y Deporte de la CEOE. Ponentes: Ander Taña, Comunicación Interna y Comunicación Online en Laboral Kutxa; Aitor Galdós, manager deportivo Equipo Ciclista Laboral Kutxa; Borja González, director de negocios del Athletic Club y Oscar Malo, director de Infraestructuras del Athletic Club.
17:00	Conclusiones de la jornada. Alfonso Arroyo, patrono ejecutivo de la Fundación Deporte Joven. Cierre de la jornada: Félix Jordán de Urries, director general de la Fundación Deporte Joven.







Capítulo 4

**Reflexión sobre el
marco normativo
del deporte.**

Uno de los ámbitos de reflexión sobre los que se ha querido centrar la mirada en esta iniciativa de la Fundación Deporte Joven tiene que ver con el marco normativo nacional. Se presta especial atención a los cambios y oportunidades que plantea la nueva Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte, así como los retos que aún quedan pendientes de abordar en su desarrollo y evolución.

Antes de entrar en profundidad, resulta siempre adecuado y, a la par, estimulante plantear una primera reflexión sobre uno de los pilares de todo Estado de Derecho: la estabilidad legal y la influencia de los marcos normativos como creadores y facilitadores de contexto para el desarrollo económico y social de un país en general y de sus industrias y sectores en particular, en este caso, el mundo del deporte.

En el caso del deporte español, sin embargo, el marco normativo, lejos de abrir caminos y servir de motor al sector, estaba estancado en las estructuras normativas de 1990, cada vez más desvinculadas de la realidad deportiva y general del presente.

El mundo actual evoluciona a gran velocidad y obliga, en cierta forma, a que los países y las instituciones deban transformarse para generar entornos que faciliten la adaptación a estos cambios. Las realidades en las que viven las personas y, por ende, las sociedades en las que se desarrollan tienen mucho que ver con la relación simbiótica que los humanos mantienen con sus propias creaciones.

En su discurso del 28 de octubre de 1943 antes la Cámara de los Lores, Sir Winston Churchill afirmó:

«Nosotros damos forma a nuestros edificios, a partir de ese momento, ellos nos dan forma a nosotros». Sir Winston Churchill.

Esta afirmación plantea una reflexión más que oportuna 80 años después de ser pronunciada. Hoy, los nuevos desarrollos tecnológicos sustituyen a los edificios que Churchill mencionaba. Una vez estos forman parte del inventario de creaciones humanas, pasan a determinar a los seres humanos en múltiples dimensiones de su realidad. Ya sea la forma en la que las personas interactúan, se comunican, trabajan, se organizan, producen, etc., la tecnología está constantemente y de forma acelerada dando forma a nuevos patrones de comportamientos y nuevas formas de hacer las cosas. No hace falta viajar a 1943, es suficiente con trasladarse al momento en que los smartphones irrumpieron en la vida de miles de millones de personas allá por 2007. Desde entonces lo hemos visto en otras ocasiones, siendo la inteligencia artificial generativa el siguiente ejemplo en una larga lista que rememora la inagotable capacidad creativa y de invención de la humanidad.

Si la realidad en la que las personas viven se transforma, los marcos legales que regulan su vida en sus distintas dimensiones deben hacerlo también. La realidad del mundo del deporte en España y del modelo en el que se basa no ha estado exento de esta evolución constante.

Los marcos legales son una herramienta que influencia de forma determinante el desarrollo económico, social y cultural de un territorio y una

industria. Al crear ese espacio común en el que las reglas del juego se encuentran definidas de forma transparente, facilitan la forma en la que los distintos actores, organismos e instituciones interactúan. Además, establecen las guías para que los responsables políticos puedan desarrollar las políticas públicas adecuadas y complementarias a las actuaciones del sector privado deportivo.

La nueva Ley 39/2022 del Deporte constituye, en este sentido, el hecho fundacional de lo que ha de convertirse en el nuevo marco normativo del deporte en España:

«Este cambio tiene carácter transversal y afecta a todos los ámbitos vinculados al fenómeno deportivo: el de la propia práctica y sus diferentes fórmulas, el económico, laboral, turístico, comunicativo, educativo, sanitario, social e internacional». Preámbulo de la Ley 39/2022.

La Carta Europea del Deporte en su Artículo 2.1 establece una definición que deporte que reza lo siguiente:

«A los efectos de esta carta, se entiende por deporte todas las formas de actividad física que, mediante una participación organizada o no, tengan como finalidad el mantenimiento o la mejora de la condición física y psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de los resultados a todos los niveles». Carta Europea del Deporte

La nueva Ley de Deporte toma esta definición y la lleva un paso más allá entendiendo:

«...por práctica deportiva a efectos de esta ley todo tipo de actividad física que, mediante una participación individual o colectiva, organizada o no, profesional o no profesional, se realice con objetivos relacionados con la mejora de la condición física, psíquica o emocional, con la consecución de resultados en competiciones o actividades deportivas, con la adquisición de hábitos deportivos saludables o con la ocupación activa del tiempo de ocio, realizada en instalaciones públicas o privadas, o en el medio natural».

Artículo 2.1 de la Ley 39/2022.

La propia Ley 39/2022, en su preámbulo, reconoce de forma explícita que la naturaleza multidimensional del deporte, aspecto que lo convierte en un fenómeno de enorme fuerza social y que no puede ser dejado de lado por los poderes públicos. El espíritu de la ley recoge, por tanto, la necesaria actuación de los poderes públicos para dotar al mundo del deporte del marco contextual y las herramientas necesarias para impulsar su evolución y su impacto en el bienestar del conjunto de la sociedad.

Al igual que en otras ocasiones en la historia de la humanidad, tienen lugar hechos que se convierten en catalizadores de transformación social. La pandemia de la COVID-19 se ha convertido, por desgracia, en uno de estos hitos. Además de acelerar cambios que llevaban gestándose desde hace años, en particular en el ámbito digital, ha revelado la necesidad latente que existía en la sociedad de

reforzar sus vínculos con el deporte y la actividad física, poniendo de manifiesto su importancia en términos de cohesión social, transmisión de valores, preservación de la salud tanto física como psicológica que ha supuesto este tipo de cambios.

4.1. El deporte como derecho.

Uno de los hechos clave que encuentra reflejo en esta nueva Ley de Deporte tiene que ver, precisamente, con la consideración del deporte como actividad esencial. En realidad, se recupera de nuevo algo perdido con la entrada en vigor de la ley de 1990 y es la consideración del deporte como un derecho. Esta esencialidad del deporte no es un mero cambio de nombre, sino que supone abrir nuevos caminos en el ámbito de la gestión federativa, el ámbito municipal, el ámbito privado o el ámbito federativo.

Este cambio de consideración supone un reconocimiento del deporte como una actividad que trasciende de forma natural el mero espectáculo y entretenimiento profesionalizado. En muchas ocasiones, las realidades sociales van por delante de las leyes y esta norma viene a ser un reconocimiento de tal hecho.

«La actividad física la percibimos ya como una herramienta de transformación social».
Félix Jordán de Urríes, director de la Fundación Deporte Joven.

El deporte deja de ser por tanto una actividad que parecía únicamente vinculada a grupo de

profesionales e instituciones para situarse como una actividad esencial para el conjunto de la sociedad. El deporte tiene que ver con la inclusión, la igualdad, la salud, etc., es una actividad esencial de la propia vida de los ciudadanos y ciudadanas. Deja atrás una consideración en muchas ocasiones íntimamente ligada al espectáculo para recuperar ese elemento social y esencial que aporta y ayuda a transformar la vida de las personas. De ahí el papel como facilitador e impulso de los poderes públicos para la creación de herramientas y contextos que potencien estas realidad.

Esta esencialidad del deporte como actividad encuentra su reflejo en la Ley 39/2022 en las temáticas que destaca y que fueron repasadas en la jornada de Toledo. Un primer reflejo de la esencialidad del deporte radica en el peso concedido a la igualdad como un eje transversal.

De esta forma, la importancia de promover la igualdad en su sentido más amplio, incluyendo, por supuesto, la igualdad de género en el deporte y las organizaciones deportivas se convierte en un elemento central de la ley, convirtiéndose en un hito significativo.

«...es una ley que, el día de mañana, probablemente se recuerde como la ley que impulsó la igualdad en el deporte». Ana Ballesteros, Comisión Jurídica y Responsabilidad Social Corporativa en Comité Olímpico Español.

Le ley establece una serie de derechos comunes para todas las personas que practican deporte, independientemente de su afiliación, profesionalidad, o nivel de rendimiento, así como un

conjunto de derechos específicos de las personas integradas en una federación deportiva estatal. El reflejo de los derechos es, por tanto, los deberes de las personas deportistas. Se crea una especialización en el caso de los derechos y deberes de los deportistas de alto nivel que, además de lo común a todas las personas deportistas, poseen ciertas especificaciones propias e inherentes a su condición.

4.2. El estatuto del deportista.

Mención expresa merece la referencia al Estatuto del Deportista como medio para el desarrollo reglamentario de buena parte de lo recogido en la Ley. Las discusiones mantenidas hacen referencia a las personas que deben ser consideradas en este desarrollo normativo.

«...lo primero que hay que hacer es determinar quiénes son deportistas». Diana Malo de Molina, profesora de Derecho Constitucional de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Deportistas profesionales y no profesionales, poseedores de licencia federativa, árbitros, voluntario, personal técnico deportivo, etc. de una u otra manera son perfiles que poseen su involucración en el mundo del deporte. Uno de los aspectos claves mencionados se encuentra, precisamente, relacionado con la necesidad de clasificar adecuadamente los deportistas, considerando las distintas necesidades que puedan existir en cada caso.

En este caso, la distinción que efectúa la ley entre deportista profesional y no profesional se hace en relación a la relación laboral existente, además de incluir definiciones específicas para deportistas ocasionales, federados y de alto nivel. En este sentido se considera deportista profesional:

«... serán deportistas profesionales quienes participen en una competición deportiva, estén dados de alta en el correspondiente régimen y perciban ingresos por participar en aquella de forma habitual, ya sea por cuenta propia o ajena; es decir, serán aquellas personas que se dediquen especialmente a la actividad deportiva y sean remunerados por ello, sin perjuicio del fomento de la carrera dual que pervive a lo largo de toda la norma». Preámbulo V, Ley 39/2022.

Por su parte, los deportistas no profesionales vienen definidos por la ley como:

«... como aquella que se dedica a la práctica deportiva en el ámbito de una entidad, pero que no tiene relación laboral con esta y percibe, como límite, la compensación de los gastos que le supone dicha práctica». Preámbulo V, Ley 39/2022.

Adicionalmente, se habla también en la ley a la persona deportista en el ámbito de una federación deportiva, denominando como tales:

«... como aquella que obtiene la licencia para participar en las competiciones propias de cada federación deportiva española; a la

persona deportista de no competición, como aquella que obtiene licencia especialmente en aquellas federaciones deportivas en las cuales la competición no es el eje de su actividad». Preámbulo V, Ley 39/2022.

Se define también al deportista ocasional como:

«...aquel que participa en aquellas competiciones o actividades deportivas de carácter no oficial y que se vincula a la federación deportiva exclusivamente para la participación en tales eventos». Preámbulo V, Ley 39/2022.

Se mencionan en las discusiones casos incluso más específicos como los relacionados con las personas menores de edad o las personas con discapacidad y sus derechos al disfrute del deporte como derecho, sin perjuicio de que la ley en su desarrollo reglamentario posterior establezca los mecanismo correctores oportunos para corregir situaciones de desigualdad de partida.

«...la ley está para permitir a personas en situación patente de desigualdad se le apliquen criterios correctores, incluso aunque puedan parecer aparentemente discriminatorios...» Diana Malo de Molina, profesora de Derecho Constitucional de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Se menciona como aspecto interesante, que el desarrollo normativo asociado al Estatuto del Deportista sea algo que referido a aquellos colectivos de deportistas que tengan sentido ya que la armonización de medidas que respondan a

las necesidades de colectivos que se encuentran en situaciones muy diversas sería extremadamente compleja.

4.3. Una herramienta de inclusión.

La ley concibe el deporte como un instrumento social para la inclusión social en término amplio y se postula a sí misma como el paraguas de la igualdad. La igualdad de género, las distintas identidades, las personas con discapacidad se ven reflejadas bajo la cobertura que ofrece esta ley. La ley supone un reconocimiento expreso de los desafíos a los que se enfrenta la sociedad hoy en día.

El deporte, como elemento transversal e indisoluble de nuestras sociedades, no se encuentra exento de los desafíos relacionados con la igualdad. Esta nueva legislación aborda, precisamente, esta demanda reivindicada históricamente, constituyéndose como un primer paso en este camino en la búsqueda de un reconocimiento y una visibilidad



en todas sus dimensiones como las que posee el deporte masculino. Pero también más allá, ya que establece medidas que la representación en las organizaciones deportivas tenga en cuenta a las mujeres, ya sean entidades públicas o privadas.

La ley subraya específicamente que el mundo del deporte no debe de ser un espacio exclusivamente masculino, pavimentando el camino para impulsar la igualdad de oportunidades no sólo en términos de participación, sino en términos de liderazgo y asunción de roles en las organizaciones deportivas. No es únicamente un tema relacionado con la presencia, sino también con la rendición de cuentas y la transparencia, demandando informes anuales que detallen el progreso anual a federaciones y ligas profesionales.

La ley aborda el tema del embarazo en el deporte. Las atletas no deben tener que elegir entre su carrera profesional y la maternidad por lo que se busca proteger sus derechos antes y después del embarazo, garantizando su participación en los procesos de toma de decisiones y preservando su estatus como deportistas de élite.

La componente inclusiva de la ley queda marcada de forma manifiesta en su definición de deporte inclusivo:

«...toda práctica deportiva que favorece la inclusión de las personas con discapacidad en la sociedad, jugando un papel relevante aquellas actividades que prevén esa práctica conjunta entre personas con y sin discapacidad, y siempre buscando la igualdad de oportunidades y condiciones entre personas con y sin discapacidad en el ámbito del deporte». Preámbulo II de la Ley 39/2022.

En este sentido, la normativa destaca que la verdadera igualdad en el deporte solo se logra cuando se incluye a hombres y mujeres con discapacidad en las actividades deportivas convencionales. Esto les permite disfrutar de todos los beneficios que el deporte ofrece.

«...se ha producido la integración laboral, la integración educativa, en el deportes si eres discapacitado tienes que practicar deporte en una federación de discapacidad, tienes que estar segregado, eso en el siglo XXI».

Alberto Jofre, director gerente del Comité Paralímpico Español.

Se destaca de forma incisiva la necesidad de mejorar la armonización legislativa a nivel estatal y autonómico, a la par que se subraya la importancia de impulsar el desarrollo normativo de la ley como uno de los elementos clave para llevar a la realidad todo aquello a lo que ésta da cobertura. A modo de ejemplo, se destaca que sólo el 18% de las 70.000 instalaciones deportivas del Censo de Instalaciones Deportivas tienen vestuarios accesibles a día de hoy.

En lo que respecta a los colectivos LGTBI+, la ley no los deja en el olvido, reconociendo y poniendo de manifiesto la necesidad de garantizar y proteger los derechos de esta comunidad en el ámbito deportivo. No sólo se hace referencia a la condena de actos de discriminación o violencia contras el colectivo, sino que centra su atención en promover el acceso y la práctica deportiva sea un derecho que pueda ser ejercido con pleno respeto al principio de igualdad que inspira la normativa.

4.4. Salud y deporte.

Los vínculos entre salud y deporte son ampliamente conocidos, pero la Ley 39/2022 decide profundizar en una serie de aspectos que, en muchas ocasiones, necesitarán del correspondiente y posterior desarrollo normativo si se quiere alcanzar todo el potencial latente en su formulación inicial. Dichos vínculos evidencian la necesidad de fomentar la actividad física y el deporte, lo que conlleva una necesidad de garantizar la seguridad individual de los deportistas, así como la colectiva, asociada al conjunto de las personas que practiquen la actividad deportiva, dados los beneficios que conlleva.

La ley presta atención a la conexión existente entre deporte y salud desde un punto de vista eminentemente preventivo a través del fomento y la visibilidad en todos los niveles de la práctica deportiva, de comportamientos y hábitos saludables.

En este sentido, la protección de la salud del deportista queda en el centro de la regulación que propone la ley, considerando aspectos relacionados con el papel del Sistema Nacional de Salud en los términos previstos en la Ley 16/2003, los reconocimientos médicos y el seguimiento de la salud, en particular, de los deportistas de alto nivel. Sin embargo, la ley amplía el foco de atención para aquellos deportistas cuya edad activa haya finalizado y las etapas posteriores de su ciclo vital.

En lo que respecta a la protección de la salud del deportista dos de los aspectos que suscitaron mayor debate tienen que ver con el papel del Sistema Nacional de Salud y el rol del seguro que

esta ley propone de forma novedosa como un deber del deportista.

«...el aspecto interesante de la nueva ley es que configura el seguro como un deber. Es decir, aparece por un lado un derecho, pero por otro un deber». Javier Tirado, profesor de Derecho Mercantil en la Universidad Complutense de Madrid y abogado.

Se destaca la necesidad de crear un seguro único para deportistas que incluya a todos los deportistas en toda España, como mecanismo garante de protección de su salud, pero dicho seguro ha de cubrir el riesgo asumido por cada deporte. Una forma de implementarlo podría ser a través de las distintas federaciones, dado que resulta una hipótesis asumible que el riesgo asumido por un deportista se encuentra determinado por el tipo de deporte que practica.

Existe una amplia casuística que abarca casos de complejidad distinta y modelos de relación con compañías de seguros muy distintos. No tienen las mismas necesidades la Real Federación Española de Automovilismo, la Real Federación Aeronáutica Española o la Real Federación Española de Tiro Olímpico, por poner un ejemplo. Los riesgos inherentes a la práctica de los deportes adscritos a cada federación son radicalmente distintos, manifestando, en este sentido, necesidades muy distintas. En muchos casos, se menciona la necesidad de adaptar la redacción de la ley y su desarrollo normativo hacia un modelo que recoja una flexibilidad adaptada a cada federación.

En este sentido, se manifiesta preocupación por el hecho de que las indemnizaciones del



decreto del 93 continúan vigentes hasta el momento que se desarrolle el nuevo reglamento que regule el seguro del deportista.

Queda reflejado en la Ley, además, que la arquitectura de incentivos del mundo del deporte lo pone en un lugar de privilegio para impulsar y promover la investigación científica, el desarrollo experimental y la innovación desde todas las áreas de conocimiento y disciplinas científicas asociadas al mundo del deporte.

4.5. Sobre el régimen disciplinario y sancionador.

Como ocurre en cualquier ámbito del ordenamiento jurídico, toda ley que establece un marco de derechos y obligaciones para un conjunto de sujetos incluye un sistema sancionador que asegure el cumplimiento de lo establecido en la normativa. No obstante, la norma recoge la especificidad de una actividad como la deportiva, en la que la diversidad

de acciones complica, en muchas ocasiones, el discernimiento entre el desempeño de actividades públicas y la gestión de conductas dentro de las estructuras de las distintas organizaciones y entidades deportivas.

En lo que respecta al régimen, la Ley 39/2022 recoge la distinción entre sanción y disciplina, así como las idiosincrasia propia de ambos términos, poseyendo sus propios fundamentos y objetivo.

«...se defiende el interés general, esto es, la reacción del Estado, de la Administración Pública para defender el interés de todos...»
Gabriel Real, profesor titular en la Universidad de Alicante.

La diferencia que se clarifica entre el régimen sancionador y el disciplinario radica, precisamente, en el ámbito de actuación. El régimen sancionador busca garantizar el cumplimiento de normas que defienden el interés de todos en un sector determinado. Por su parte, la disciplina, alude consustancialmente a una organización y se enfoca en el funcionamiento y los intereses de una organización, como pueden ser las federaciones, con el objetivo de mantener la integridad y el buen funcionamiento de la organización. En última instancia, ambas velan por mantener la protección del ciudadano, asegurándolo contra posibles abusos y arbitrariedades por parte del poder. Es importante subrayar la importancia de alinear intereses entre ambas esferas, dado que los intereses de la organización, aún cuando sean propios, no pueden ir en contra de los intereses generales.

La ley supone un cambio de modelo con una tendencia hacia la privatización de algunas de las

funciones disciplinarias. La clave en todo cambio de modelo reside en la intensidad con la que se efectúa la transición. Se ha optado por un modelo de legislación tradicional en el que la ley legisla para el conjunto del ámbito, frente a otros modelos que diferencian desde los propios principios rectores legislativos, el deporte profesional y el deporte aficionado. En todo caso, la clave estará siempre en el desarrollo normativo posterior y la flexibilidad que introduzca para que cada federación pueda vivir acorde a su hechos específicos.

Se subraya la necesidad de hacer un desarrollo normativo posterior específico en relación a la protección ambiental. Ésta se encuentra reflejada en la Ley, pero carece del detalle suficiente.

«El deporte es una escuela de valores y uno de los grandes valores del deporte es y debería ser la protección del entorno, de la naturaleza...» Gabriel Real, profesor titular en la Universidad de Alicante.

Se considera imprescindible que el desarrollo normativo posterior se realice con un objetivo claro en mente, el de impulsar y alentar a las federaciones a avanzar tanto en lo que respecta a la protección y el impacto medioambiental, como en la protección de los animales, en particular esto último referido a aquellas disciplinas en las que los animales poseen un protagonismo relevante.

Este punto en particular adquiere una gran trascendencia desde el punto de vista de las federaciones vinculadas íntimamente con la naturaleza, como es el caso de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada. La protección de la naturaleza no es sólo un efecto de su actividad,

sino que es un protagonista principal de la misma, su terreno de juego es la naturaleza. Su estrategia pasa por ser aliados y conformar un consejo científico asesor compuesto por profesionales y personas con una gran autoridad académica. Fruto de esta colaboración nace su aproximación, su continúa monitorización de sus consecuencias con frecuentes estudios de impacto, lo que les ha convertido no sólo en sujetos que generan impacto, sino en una parte activa de la estrategia de protección ambiental, pasando a formar parte de la Junta Rectora de Parques Naturales.

Uno de los aspectos a los que se presta atención de forma extensa es sí es necesario diferenciar entre deporte profesional y deporte amateur. El debate deja claro la dificultad de trazar la línea entre ambos entornos, no ya por su propia idiosincrasia, pero también por las distintas capacidades y niveles en los que habitan. Tal y como se remarcaba con anterioridad, la Ley 39/2022 plantea un nuevo modelo.

«...la Ley de Deporte ha creado un modelo nuevo en el ámbito disciplinario...hay que mirar al futuro...» José Luis Carretero, Doctor en Derecho

Precisamente, en el ámbito disciplinario, el desarrollo reglamentario es mínimo de forma intencionada, porque es la propia ley la que reconoce que la disciplina deportiva es una actividad privada y si es así, la intervención se mantiene en lo mínimo. Lo que no deja de ser óbice para luchar de forma activa contra la interdicción de la arbitrariedad ya sea con el Tribunal Administrativo del Deporte, el Comité Español de Disciplina Deportivo o un tribunal arbitral.

4.6. La modernización del deporte español.

Uno de los aspectos clave que inspira la nueva ley tiene que ver con la necesidad de modernizar y adoptar nuevas prácticas de gestión empresarial por parte de las federaciones deportivas. En este sentido, la digitalización es una de las herramientas clave que fue mencionada en la jornada, incluyendo aspectos relativos a los propios procesos electorales de las federaciones.

«Una de las cosas que nos salen a nosotros de los estudios, es que en las federaciones hay un reclamo mayoritario de la digitalización y que esta se incorpore a los procesos de elección». David Moscoso, catedrático de Sociología en la Universidad de Córdoba y Presidente Comité Sociología Deporte FES.

Los aspectos relacionados con los procesos electorales de las federaciones han sido uno de los protagonistas en la jornada dedicada a la Ley del Deporte. Cabe recordar que las federaciones son entidades asociativas que posee una autonomía organizativa que debe ser respetada. Sin embargo, no puede soslayarse que el derecho a voto es un derecho fundamental que debe ser garantizado de forma adecuada. Una de las preocupaciones manifestadas por las federaciones tiene que ver con la disminución de los tiempos de desplazamiento para llevar a cabo las votaciones, lo que requeriría, sin duda, la implementación de mecanismos electrónicos y digitales de voto, que sean capaces de garantizar la segura ejecución del derecho a voto

por aquellas personas que se acojan a los mismos. Se plantean ejemplos de federación con más de 300.000 personas, pero con una participación en procesos electorales estatales de 200 personas.

El reconocimiento de las federaciones como entidades asociativas conlleva una connotación especial determinada por las actuaciones y funciones públicas que les son atribuidas, lo que ha facilitado siempre la potestad de intervención a los poderes públicos, apoyados por la jurisprudencia existente que apunta en este sentido, como la sentencia de la Audiencia Nacional ratificada por el Tribunal Supremo en sentencia de julio de 2012.

La Ley 39/2022 explícita de forma clara la necesidad de las federaciones e integrar a todos los colectivos o estamentos que de forma efectiva forman parte de la federación en sus órganos de gobierno. A partir de este punto, forma parte de la potestad de las federaciones gracias al principio de libertad positiva de asociación materializar la forma en la que se organizan, pero siempre con acuerdo a lo establecido y regulado el nuevo marco normativo. Será fundamental el camino que escoja el desarrollo normativo de la ley de cara a definir el contenido mínimo de los estatutos federativos, que serán los encargados, precisamente, de definir los órganos de gobierno y sus estructuras, mecanismo de control y cese, etc. No obstante, la representación femenina en los organismos de gobierno, así como la representación de otros colectivos como los deportistas con discapacidad es uno de los temas que surge en la jornada.

4.7. La financiación del mundo del deporte.

Al mencionar este tema la mente se va ineludiblemente al papel de lo público. La financiación pública del deporte, por muchos de los motivos vistos a lo largo de la jornada ya sea su reconocimiento como derecho, el impacto en la salud y el bienestar de la ciudadanía, etc. ha existido, existe y existirá. Existen distintos mecanismos de financiación pública ya sea vía subvenciones directas o a través de mecanismos indirectos como las exenciones o las deducciones fiscales.

Además de las actuaciones públicas en este sentido, existen también mecanismos a través de los cuales la actividad privada puede contribuir a la financiación del mundo del deporte. La sponsorización, el patrocinio publicitario, el instrumento de mecenazgo o los convenios de colaboración empresarial son algunos de los ejemplos existentes a este respecto. El papel del Estado radica en establecer el marco adecuado para construir la arquitectura de incentivos adecuada para la que la actividad privada encuentre atractiva la participación en el deporte y, en su mayoría esa participación se limita a la instauración e incentivos fiscales atractivos para las empresas.

En el artículo 14 de la Ley 39/2022 establece claramente entre las funciones del Consejo Superior de Deportes (CSD) la necesidad de fomentar la colaboración público-privada en la promoción y financiación del deporte, de actividades deportivas y deportistas.

Se destaca una vía alternativa de financiación el deporte que tiene que ver con la

autofinanciación por parte de federaciones y clubes, los cuales podrán buscar vías alternativas de financiación través de sus propias capacidades de generación de ingresos, si bien no es algo reconocido explícitamente por la Ley, pero tampoco tiene por qué hacerlo.

Una de las ideas que se considera que podría explorarse tiene que ver con la posibilidad de beneficiarse de los ingresos generados por las apuestas deportivas. Esto podría ser una fuente adicional de financiación para el deporte, aprovechando los recursos generados por la industria de las apuestas para reinvertirlos en el mundo del deporte. Es un modelo nuevo que merece ser explorado, ya que podría tener un impacto positivo en la financiación de las organizaciones deportivas y en la promoción de programas deportivos.

Se pone el ejemplo de la Ley del Cine, la cual ya recoge unas desgravaciones en un sector con cierto parecido, desgravaciones que hacen referencia a productores, limitaciones a televisiones, etc., existiendo, además, otros ámbitos culturales en los que se han explorado caminos similares. Si bien, no existe consenso alrededor de la creación de una ley específica de financiación del deporte.

«...no hace falta inventar nada. Lo que hace falta es mejorar las herramientas y mecanismos que ya existen y adaptarlos». Félix Jordán de Urríes, director de la Fundación Deporte Joven.

Un contrato de patrocinio, un instrumento que ya existe, puede rediseñarse para que posea una arquitectura de incentivos que vaya más allá de un





retorno en presencia en cierto soporte o activos publicitarios. Un ejemplo son los acontecimientos de excepcional interés público, gracias a los cuales se han derivado más de 60 millones de euros en los últimos 6 o 7 años hacia el deporte provenientes de empresas españolas. Dichos fondos han ido al apoyo de programas para el incentivo de la actividad física, la igualdad de la mujer en el deporte y en el deporte base, entre otros.

Se hace referencia a la minoración de gastos operativos como forma de incrementar la eficiencia en el uso de los recursos y al mismo tiempo la financiación. Se pone el ejemplo que podría ser recurrir a la contratación centralizada con un mayor poder de negociación, que sí se hace de forma fragmentada.

«...el ejemplo de Coca-Cola, estoy totalmente de acuerdo, va ligado a la rentabilidad publicitaria, está clarísimo, pero sí que esto se podría hacer extensivo, ese mismo incentivo, de modo que estas pequeñas plataformas sin posibilidad de acceso a grandes marcas como estas pequeñas federaciones, pudieran disponer de este mecanismo, de esta plataforma...» Francisco Bartol, Federación de Deportes de Personas con Discapacidad.

Se mencionan varias propuestas relacionadas con la financiación del deporte que merecen ser recogidas. En primer lugar, se menciona la posibilidad de crear agrupaciones de interés económico dentro del Ministerio. Se aborda la idea de incentivar el mecenazgo y el patrocinio del deporte base, proporcionando beneficios fiscales a quienes apoyen a equipos locales, siendo necesario,

además, diferenciar entre mecenazgo y patrocinio en el contexto de pequeñas donaciones.

«...al igual que ocurre en los cuatro territorios forales que hay en España, pero es algo que se está haciendo, que alguien que patrocina a un equipo alevín de la esquina, del barrio, tenga posibilidad de tener una mayor desgravación fiscal en el Impuesto de Sociedades, que es de España, o en el Impuesto del IRPF» Nicolás de la Plata, profesor titular de Derecho Deportivo y Política Deportiva de la Universidad Europea.

Se sugiere que la contratación pública podría otorgar incentivos adicionales a las entidades sin ánimo de lucro en el ámbito del deporte. Además, se propone la introducción de cheques deportivos para empleados como un incentivo fiscal y la posibilidad de desgravación en la declaración de la renta por gastos relacionados con el deporte. Estas propuestas se basan en la idea de que estas medidas pueden fomentar una mayor inversión en el deporte y contribuir a impulsar la práctica deportiva y mejorar la salud general de la población. A este respecto se menciona que los incentivos fiscales se conceden a aquellas personas o entidades que donan a asociaciones de utilidad pública, y los clubes locales no lo son, con la dificultad que conlleva que así sean considerados, salvo modificación de la Ley 49/2002 y los incentivos fiscales se otorguen a asociaciones sin ánimo de lucro.



Capítulo 5

**Hacia una
ciudadanía activa
y un territorio
sostenible.**

Aprovechando la aprobación en diciembre de 2022 de la nueva Ley del Deporte, el Consejo Superior de Deportes y la Fundación Deporte Joven han desarrollado el proyecto «España Deporte Futuro». El objetivo es permitir el desarrollo de una reflexión pausada y profunda sobre las implicaciones del nuevo marco normativo del deporte, poner de manifiesto la importancia de la actividad física y el deporte, así como la capacidad y oportunidad de las políticas públicas para incidir en estos aspectos.

La nueva Ley del Deporte supone un cambio de modelo y de aproximación hacia el mundo del deporte en España. Estos cambios se manifiestan no sólo en el espíritu de la ley, sino en muchos de los ámbitos que toca. El reconocimiento del deporte como una actividad esencial y un derecho es extraordinariamente relevante.

Por tanto, es necesario un cambio en las políticas públicas para aprovechar las herramientas y oportunidades que la nueva Ley del Deporte presenta. Y para ello es crítico y fundamental contemplar la realidad social actual. Sólo de esta manera se podrá ofrecer una nueva perspectiva que aborde un enfoque diferente del deporte y la actividad física en España.

El análisis de la situación real existente en España es pues una parte clave del proceso de desarrollo e implementación de nuevas políticas, que aborden las problemática y oportunidades existentes.

«Lo primero que haría sería desarrollar un análisis de verdad de la situación, es decir, cómo estamos y cómo lo vemos. Por un lado, está el cómo estamos, es decir, hacer

un análisis de verdad, de diagnóstico, de cómo tenemos nuestra situación respecto a los recursos del planeta, encajado dentro de lo que necesitamos como sector para prosperar, y haría un análisis en paralelo de realmente cuál es la visión del sector respecto a esto». Ana Vallejo, directora de Más que Sostenible

La Jornada de Sevilla centró su atención en la ciudadanía activa y los retos que supone desde el punto de vista de las políticas públicas. La realidad general de los países desarrollados y, en concreto, España muestra una creciente y preocupante tendencia hacia el sedentarismo. Las consecuencias sociales y de salud de esta realidad tienen un coste en términos de salud y económicos muy significativos.

Partiendo de la realidad social actual hay una serie de datos que sustentan la necesidad de trabajar en esta dirección. Si se presta atención a la Encuesta de Hábitos Deportivos en España de 2022 (EHDE), entre los principales motivos por los que la población no suele hacer deporte o no lo practica con mayor frecuencia, se sitúa en primer lugar la falta de tiempo (34,6% de la población), seguida a gran distancia de la falta de interés (25,4% de la población).

Por su parte, la Encuesta Nacional de Salud (END) realizada en 2020, mostraba que 8 de cada 10 personas pasan la mayor parte del tiempo de su día a día sentados o de pie sin realizar esfuerzos ni desplazamientos. Al mismo tiempo, la Encuesta de Hábitos Deportivos de España (2022), revela que solo 5 de cada 10 ciudadanos practican deporte al menos un día a la semana.

Todo ello son pistas que reflejan una realidad social y que sugieren la necesidad de trabajar en nuevas políticas que pongan de relieve el valor de la actividad física en sus distintas dimensiones.

En este contexto, el sistema deportivo necesita dar respuesta a esta nueva realidad socio-demográfica española, reflejar y comprender la sensibilidad de la sociedad española, así como las motivaciones subyacentes de esta para hacer frente al sedentarismo y la inactividad física de la rutina cotidiana.

«...las políticas deportivas no pueden ser acertadas si no se contemplan la realidad social a la que deben responder».

David Moscoso, catedrático de Sociología en la Universidad de Córdoba.

5.1. Retos y consecuencias de las grandes transformaciones socioeconómicas: envejecimiento, desigualdad y urbanización.

Los cambios demográficos y sociales plantean retos, nuevas formas de relación entre las personas, la sociedad, la economía, etc. A pesar de los distintos ritmos de cada agente involucrado en dichas dinámicas, es posible observar una serie de tendencias subyacentes que plantean desafíos que son comunes a las sociedades desarrolladas, tales como el envejecimiento de la población, la desigualdad, la urbanización

acelerada, las nuevas formas de relación laboral y sus consecuencias, etc.

Cambios demográficos.

De acuerdo con la Organización Mundial de Naciones Unidas (ONU, 2019), para el año 2050 se prevé que la población mundial se vea incrementada en más de dos mil millones, lo que la cifrará en más de nueve mil setecientos millones de personas. Pero este incremento poblacional no tiene un reparto equitativo. Europa, de acuerdo con datos de la ONU, es el continente con una población más envejecida (una media de 42,5 años vs 44.1 años en España).

Desigualdad.

El desigual crecimiento del poder adquisitivo y su relación inversa con el incremento de los costes de vida tienen poderosas implicaciones. Los datos sobre estos indicadores provenientes del Instituto Nacional de Estadística (INE, 1981-2021) revelan que, si bien la renta media per cápita de la población española se ha multiplicado por 9 en las últimas cuatro décadas, es igualmente cierto que el coste de vida contrarresta esta evolución del poder adquisitivo. En el mismo período, la evolución del Índice de Precios al Consumo (IPC) muestra que el coste de la vida se multiplicó por una ratio de 4.

Aunque pueda resultar contraintuitivo, la reducción de desigualdad global en el mundo no ha tenido el mismo reflejo a nivel de cada país. En el caso de España, de acuerdo con los datos de la Plataforma de Pobreza y Desigualdad del Banco Mundial, la desigualdad, medida a través del índice de Gini no se ha visto modificada entre 1980 y 2019, siendo de 0,34 en ambos casos.

Urbanización.

De acuerdo con los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2021), en torno al 67% de la población española vive en municipios netamente urbanos y, por el contrario, tan solo un 16% lo hace en municipios rurales, un cambio que sigue los patrones a nivel mundial de tendencia imparable a la concentración de la población en entornos eminentemente urbanos.

Estos tres cambios, someramente reflejados en las líneas precedentes, no son meras estadísticas sobre las que ser conscientes, sino que son parte de la motivación para abordar una nueva Ley del Deporte que implica, necesariamente, una nueva aproximación hacia las políticas públicas orientadas a fomentar un estilo de vida activo y sostenible.

Todo ello pone de manifiesto la realidad del tejido social español, la complejidad de sus dinámicas y las consecuencias que se derivan de las mismas. El progreso de una sociedad, como el experimentado por España en las últimas cuatro décadas, ha tenido unas consecuencias compartidas por otros países desarrollados. El desarrollo económico suele ir asociado a procesos intensos de terciarización de las economías que ineludiblemente se encuentran asociados con modelos de trabajo mayoritariamente sedentarios.

Esto, además, se ve complementado por las fuertes economías de aglomeración que nacen de la concentración, dando sentido y significado a cómo el mundo ha pasado de vivir mayoritariamente en entornos rurales a hacerlo en entornos urbanos.

Estas dos tendencias, íntimamente ligadas entre sí, tienen más que notables consecuencias en la forma de vida de las personas.

En este sentido, el desplazamiento hasta el lugar de trabajo, aun teniendo en cuenta el auge del trabajo remoto, es uno de los aspectos en los que las personas invierten una cuantía significativa de su tiempo y que determinan en última instancia el tiempo que tienen disponible para otras actividades.

Aunque las personas hayan diseñado las ciudades, en últimas instancias las ciudades también acaban determinando la forma de ser y los hábitos de vida de las personas. Según el Estudio de Movilidad de la Población realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) entre los años 2020 y 2021, el 16% de la población española se desplaza diariamente fuera de su área residencial, haciéndolo la mitad a través de medios mecánicos (principalmente automóvil y transporte público o últimamente en patinete eléctrico).

La realidad social muestra de forma clara los condicionantes que las sociedades han construido e imponen sobre las personas, pero no pueden ser dejadas de lado las realidades económicas, como esa desigualdad que no se ha visto reducida en las últimas décadas. Aunque el deporte o la actividad física puedan parecer aspectos que pueden no estar vinculados con la renta, en última instancia sí lo están. La renta condiciona el lugar en que vive una persona y, por tanto, el acceso a instalaciones deportivas. Pero la renta también condiciona la disponibilidad de tiempo libre y, por ende, la capacidad de dedicar tiempo a la actividad física.





5.2. Hacia un nuevo diseño de políticas públicas: el deporte como una herramienta de transformación social.

Todas las tendencias vistas ponen de manifiesto una realidad evidente en los datos. Su intensificación está cambiando la forma de vida de las personas y está limitando la capacidad de la ciudadanía para mantener un estilo de vida activo, en favor de un modo de vida más sedentario, con las consecuencias que ello conlleva tanto en términos económicos, sociales y, en general, de calidad de vida. La forma en la que se trabaja, en la que se desplaza, en la que se relaciona, etc., condiciona ese estilo de vida.

El papel de las políticas públicas debe ser el de tener en cuenta esa realidad social, afrontar la complejidad que ésta muestra, comprender sus dinámicas e iniciar un proceso propositivo basado en ese conjunto de información.

En este sentido, el deporte desempeña una función que va mucho más allá de ser una mera actividad física. La condición de esencialidad y derecho que le otorga la nueva Ley del Deporte incide precisamente en el papel transformador para el conjunto de la sociedad española que posee el deporte en distintas facetas:

- El alcance social y geográfico del deporte genera impacto en la mentalidad y comportamientos de las personas.
- Es una herramienta para superar las barreras culturales, políticas y socio económicas, promoviendo la inclusión social o la igualdad.

- Es una actividad de bajo coste y alto impacto para impulsar un desarrollo más sostenible y armónico para el conjunto de la sociedad.
- Ante este contexto, fomentar la actividad entre la población es algo deseable, pero una tarea compleja, con muchas implicaciones, y que requiere un enfoque extensivo sobre aspectos relacionados con las personas, la sociedad o el entorno físico.

Las claves, por tanto, de las políticas a desarrollar en los próximos años al abrigo del marco normativo proporcionado por la nueva Ley del Deporte tienen que ver con:

- La cultura del deporte.
- Desigualdad en todas sus dimensiones.
- Impacto medioambiental.
- Deporte y salud.
- Ciudades activas.

«Muchas veces pensamos que el ámbito o la estrategia de salud pública está en un contexto, y la promoción de un comportamiento activo o deportivo está en otro contexto y, en realidad, si juntas esos dos contextos el ecosistema deportivo tiene una enorme presencia en el territorio, ha sido objeto de una enorme inversión pública en este país, extraordinaria. Efectivamente existen retos de sostenibilidad en el sistema y muchísimas cuestiones que hay que mejorar, pero a su vez somos conscientes de que contamos con una enorme capacidad para desarrollar intervenciones». Alfonso Jiménez, catedrático y director del Centro de Investigación en Ciencias del Deporte de la Universidad Rey Juan Carlos.

Todo ello debe armonizarse con una aproximación estratégica orientada a transformar el modelo de ciudad, facilitando la adopción de hábitos activos que reflejen su integración en el sistema de salud, favoreciendo su sostenibilidad, y combatiendo los sesgos derivados de la desigualdad. La imbricación de todas estas líneas impone una visión global y que de forma aislada limitaría el impacto de las propias políticas.

La necesidad manifiesta de impulsar cambios en estos ámbitos, junto con las transformaciones económicas y sociales ocurridas en las últimas décadas, sitúan a la sociedad ante un punto inflexión. Este reconocimiento de la relevancia de la situación tiene su reflejo en la inclusión de este ámbito en el Plan de Transformación y Resiliencia asociado a los Fondos Europeos Next Generation.

«Dotar de un proyecto y de una estrategia a una ciudad o territorio es dotarle de futuro».

Carlos Lahoz, Taller de Ideas y UrbanNetworks.

5.3. La cultura del deporte.

A lo largo de la historia, la percepción del deporte ha ido evolucionado a la par que lo han hecho las propias sociedades. La percepción según ámbitos ya sea desde el punto de vista de la actividad física y la salud o desde el punto de vista económico, social, educativo, sanitario, turístico, etc., ha dotado al deporte de un sentimiento, de algo más.

«No necesariamente los grandes procesos de transformación en nuestro país los han emprendido las masas, sino a veces una única persona ha sido capaz de impulsar grandes cambios».

Ander Gil, presidente del Senado en el momento de la celebración de la Jornada de Sevilla.

El deporte puede verse como un elemento de identidad social. Desde el año 1986, en el que se concede a Barcelona la celebración de los XXV Juego Olímpicos, la apuesta del momento supuso un significativo cambio hacia el deporte. De hecho, la práctica deportiva se ha incrementado desde entonces gracias al impulso de políticas que se ha dado desde los poderes públicos. Se podría hablar de una especie de revolución con el modelo informal del deporte popular.

En la actualidad se identifican una serie de retos claros relacionados con la forma en la que es necesario impulsar la cultura del deporte. Por un lado, es necesario trabajar en términos de inclusión social e igualdad, considerando estos como elementos transversales en toda la política deportiva. Por otro lado, se considera clave plantear una apuesta decidida por los espacios públicos al aire libre. Son los mejores aliados del deporte y pasan por trabajar en la conexión con el medio natural. En este sentido, existen una serie de objetivos claros en los que deben desarrollarse líneas de actuación:

- Promoción de un acceso más igualitario en términos de salud y bienestar.
- Mejorar el déficit de actividad física en lucha contra el sedentarismo.
- Mejorar en la adaptación de los espacios públicos para la práctica deportiva.

5.4 La desigualdad en todas sus dimensiones.

El deporte, como parte de una política transversal, no puede ser ajeno a las políticas orientadas a la inclusión, sea cual sea el ámbito de consideración. Si el objetivo último pasa por construir una sociedad más activa que permita avanzar en los objetivos planteados, es necesario que toda política considere las distintas dimensiones de la inclusión y la igualdad.

Si se presta atención a la Encuesta de Hábitos Deportivos de España 2022, es posible identificar distintos aspectos que, hoy, conviven en la sociedad española y que subrayan la desigualdad y la dificultad de acceso a la práctica deportiva.

Brecha de género.

Las actuaciones en los últimos años han sido constantes, pero a pesar de todo ello, continúan existiendo múltiples aspectos sobre los que trabajar. A pesar de que la participación deportiva de la mujer se ha incrementado, todavía se encuentra a distancia de la que muestran los hombres, cifrándose, de acuerdo con la Encuesta de Hábitos Deportivos 2022 en 11.3 puntos porcentuales.

«La consecuencia de todo ello es que en nuestro país menos de una cuarta parte de licencias federativas son de mujeres deportistas adultas». Ander Gil, presidente del Senado en el momento de la celebración de la Jornada de Sevilla.

Esta situación refleja la existencia de un problema estructural que no será corregido si no se le presta la atención necesaria. En este sentido, la puesta en marcha de políticas de sensibilización es esencial. La construcción de referentes que sirvan de ejemplo se ha mostrado como una herramienta de notable poder en este sentido, facilitando que la mujer ocupe su espacio en el ámbito deportivo.

Brecha educativa.

Existe una clara correlación entre el nivel económico, el nivel educativo y el nivel social. Teniendo este vínculo en cuenta, distintos estudios también demuestran además la relación directa entre el acceso a la práctica deportiva y el nivel educativo de las personas.

De acuerdo con los datos que ofrece la citada Encuesta de Hábitos Deportivos 2022, es posible observar una brecha de 32,8 puntos porcentuales en términos de actividad deportiva y nivel educativo. De esta forma, el 74,1% de la población con estudios superiores reconoce practicar algún tipo de actividad, frente al 41,3% que lo manifiesta en el caso de la población con menores niveles de formación.

Brecha generacional.

Aunque de forma intuitiva el deporte suele estar asociado con la juventud, eso no quiere decir que sea exclusivo. Es más, resulta necesario plantear espacios de reflexión que amplíen la noción

existente de deporte, comprendiendo las particularidades de cada edad a la hora de ejercer la práctica deportiva.

El vínculo entre deporte y salud se encuentra más que demostrado por la investigación científica. Sin embargo, las políticas deben incidir en que los objetivos de salud de una persona joven no tienen y no deben de ser los mismos que los de una persona con edad más avanzada. Las políticas informativas a este respecto adquieren si cabe mayor importancia. La vinculación entre deporte y exuberancia física no sólo es un error, sino que puede resultar contraproducente a la hora de impulsar un envejecimiento activo y en mejor estado.

Prestando de nuevo atención a los datos que ofrece la Encuesta de Hábitos Deportivos 2022, cabe subrayar las significativas diferencias existentes. En este sentido, el 82,9% de la población entre 15 y 24 años practican alguna actividad deportiva. Sin embargo, sólo el 36,7% de los mayores de 55 años reconocen algún tipo de práctica deportiva.

No obstante, no conviene perder de vista que la consolidación del sedentarismo es una tendencia que se está filtrando entre los jóvenes. De hecho, el estudio PASOS 2022 (Gasol Foundation, 2022) pone en evidencia que el porcentaje de población infantil y adolescente que alcanza los 60 minutos cada día de la semana de actividad física moderada o vigorosa tan solo representa al 29,4% de la población entre 8 y 16 años.

Brecha social.

Tal y como se reflejó en el punto relacionado con la brecha educativa, el nivel socioeconómico de

una persona suele determinar en un elevado grado la disposición de las personas hacia la práctica del deporte.

Es importante matizar que la relación entre nivel económico y práctica deportiva no solo viene marcada directamente por la renta. Tiene mucho que ver también con el tiempo disponible, variable que sí se ve fuertemente impactada por el nivel de riqueza de las personas.

De esta forma, frente a las personas con un nivel socioeconómico elevado, cuya práctica deportiva es del 57%, las personas con nivel socioeconómico bajo sólo práctica algún deporte en un 32% de los casos (Encuesta de Hábitos Deportivos, 2022).

«Inclusión social significa que las desigualdades que se presentan en función de todos esos factores desaparezcan y que todo el mundo tenga las mismas oportunidades para ser físicamente activo».

Santiago F. Gómez, director de Investigación y Programas de Gasol Foundation.

De cara a plantear los caminos futuros de las políticas públicas orientadas a incentivar hábitos más saludables derivados de la práctica deportiva en todas las capas y niveles de la sociedad, es necesario poner en la balanza dos aspectos clave.

Por un lado, los datos mostrados sugieren la necesidad de diseñar e implementar políticas que tengan un carácter multidimensional. Por otro lado, es necesario recordar y tener presente siempre en el diseño de las mismas, el espíritu y la palabra de la nueva Ley del Deporte. Ésta dota al deporte de una nueva consideración como derecho y actividad

esencial y esto debe ser una brújula y un faro que guíe el diseño y la implementación de estas políticas públicas.

Tanto entre los temas tratados en la Jornada de Toledo, como en los temas tratados en la Jornada de Sevilla, se ha puesto de manifiesto el poder que el deporte posee como herramienta de transformación social. Ello hace que deba actuarse en distintas esferas relacionadas con aspectos tales como la concienciación y la sensibilización, la promoción del deporte y de los hábitos saludables, el acceso y la participación, así como el acompañamiento y el apoyo social.

Se plantea, por tanto, que las políticas se articulen desde elementos generales orientados a actuaciones estructurales como, por ejemplo, modificaciones del entorno físico, social y comunitario, y que vayan descendiendo y articulando actuaciones de carácter más concreto, y que pueden llegar a adoptar perspectivas incluso emocionales.

La formación no puede ser dejada de lado como campo de actuación, no sólo desde un punto de vista del fomento de los beneficios del deporte, sino para comenzar en etapas tempranas del desarrollo a trabajar en aspectos relativos con la motivación y la promoción. El desarrollo de programas adaptados a las necesidades de colectivos específicos debe de ser una pieza clave en las políticas futuras.

Estas deben articularse desde una perspectiva científica y estar sometidas a evaluación de los resultados obtenidos. Para ello, la monitorización de las variables clave relacionadas con las mismas resulta un elemento clave que debe incorporarse desde la misma etapa de diseño.

5.5. El impacto medioambiental.

Entre los fines que el Artículo 3 de la nueva Ley 39/2022 del Deporte establece, se encuentra en su punto i) el siguiente:

«El desarrollo de la actividad física y el deporte en condiciones compatibles y respetuosas con el medio ambiente, con la protección del medio natural y el entorno urbano, así como con la seguridad de las personas».
Artículo 3, Ley 39/2022

Esta nueva ley establece por tanto un conjunto de directrices claras que deben orientar el diseño de las políticas públicas. El artículo comienza diciendo explícitamente que las políticas públicas que la Administración General del Estado formule, dentro de su ámbito competencial, deberán diseñarse y desarrollarse en coordinación y colaboración con las Comunidades Autónomas y unos fines concretos, en consonancia con los objetivos y metas de desarrollo sostenible que se hayan establecido a nivel internacional.

En este sentido, el 25 de septiembre de 2015 la Asamblea General de Naciones Unidas aprobó, por unanimidad, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: un plan de acción en favor de las personas, el planeta, la prosperidad y la paz universal. Cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas concretas a desarrollar con horizonte 2030.

«Al planificar, ejecutar y evaluar sus actividades, los encargados de la educación física, la actividad física y el deporte, así como los organizadores de eventos deportivos, deben tomar debidamente en consideración el principio global de la sostenibilidad, tanto económica como social, medioambiental o deportiva». Carta Internacional de la Educación física, la actividad física y el deporte de la UNESCO.



El deporte es una actividad que siempre ha poseído un fuerte componente de valores, de introspección y exploración de los propios límites humanos. Esos límites encuentran su mayor expresión en la salud propia, pero también del entorno en el que habitamos y con el que mantenemos una estrecha relación de dependencia.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible crean por primera vez un marco común y compartido de actuación que permite estandarizar y homogeneizar los esfuerzos alrededor de un conjunto de objetivos entre los que los medioambientales son una parte esencial de los mismos.

«Trabajamos para la salud y necesitamos la salud del planeta. Necesitamos incorporar la regeneración de la biodiversidad». Ana Vallejo, directora de Más que Sostenible.

El deporte, como una actividad transversal del ser humano, no puede dejar de lado este tipo de consideraciones. El deporte puede ser entendido en muchas ocasiones desde una perspectiva activa, foco central de las políticas, pero también tiene un poderoso componente pasivo como espectáculo que puede ser consumido por las personas.

¿Qué impacto sobre el medioambiente tiene una persona al llevar a cabo una actividad deportiva?

¿Qué impacto ambiental posee la celebración de un evento deportivo?

Una de las consideraciones clave en este ámbito tiene que ver con la transición energética y la necesidad de alinear y armonizar los esfuerzos de los agentes involucrados. En este sentido, la articulación de una normativa de sostenibilidad en el plano de las instalaciones deportivas resulta indispensable. Pero no sólo en términos de instalaciones deportivas, sino en cómo se diseñan, por ejemplo, los entornos urbanos y se imbrican con la promoción de un estilo de vida más activo.

«La clave es que diseñemos estructuras que sean capaces de mutar en el tiempo y que sean versátiles. Y que se piense en esa sostenibilidad no muchas veces tanto en el material con el que están hechos los ahorros energéticos, sino la capacidad de ser transformado en el tiempo que pueda tener un edificio». Carlos Lahoz, Taller de Ideas y UrbanNetworks.

La sostenibilidad es un fenómeno cada vez más valorado socialmente y la orientación de las nuevas políticas deportivas debe tenerlo como un pilar inherente a su propia actividad. Las políticas de fomento de la actividad deportiva entre la ciudadanía no van a ocurrir como entes aislados, sino que están relacionadas con el desarrollo, por ejemplo, de entornos sociales más amigables que faciliten la integración de las personas, el ahorro de energía, la reducción de costes y un mejor ámbito para las nuevas generaciones.

El impacto trasciende los beneficios que puedan obtener en términos reputacionales y económicos una federación, asociación, club, deportista o actor del deporte, que decida transitar el camino hacia el desarrollo sostenible, sino que se traslade al conjunto de la sociedad.

5.6. Salud y deporte.

A pesar de que es un hecho que la esperanza de vida está aumentando, el cómo es esa esperanza y cuántos recursos son necesarios, puede variar significativamente. Hoy en día, contamos con

un sistema de atención sanitaria universal que no distinga los diferentes perfiles de pacientes (activos, inactivos, fumadores, etc.).

Tal y como se comentó entre las tendencias iniciales, el envejecimiento de la sociedad es una realidad palpable, aún más si cabe en el caso de España, que posee una de las mayores esperanzas de vida del mundo y al mismo tiempo una tasa de natalidad de las más bajas. Como mostraba el estudio de la Gasol Foundation (Pasos, 2022), uno de los aspectos sobre los que centrar la atención tiene que ver con la raíz del hecho de que niños y adolescentes no practiquen deporte. Si la esperanza de vida continúa creciendo, ¿cómo será su vejez?

El desarrollo de políticas que inciten la actividad desde edades tempranas tendrá un efecto directo en la salud a largo plazo de esas personas y, por ende, un impacto nada desdeñable sobre los recursos y las políticas que, a su vez, tendrá que implementar el Sistema Nacional de Salud.

Hay, por tanto, una necesidad de diseñar y aplicar políticas que entren en acción desde las etapas tempranas, siendo el momento de la formación un lugar ideal. Contar con los docentes, introducir mayores niveles de actividad física e impulsar los referentes y la identificación con un estilo de vida más activo son aspectos esenciales en esos momentos tempranos.

«Si tú asocias el ejercicio físico a algo donde se satisfacen estas necesidades psicológicas básicas y va asociado al placer, ya hemos entrado en el corazón del sistema».

Juan Antonio Moreno Murcia, catedrático de la Universidad Miguel Hernández de Elche.

Pero las políticas no pueden quedarse exclusivamente en la etapa formativa, sino que hay que continuar incidiendo sobre ellas en otras etapas del desarrollo vital de las personas. Es fundamental motivar a la gente a ser físicamente activa, por ejemplo, facilitando evidencias, permitiendo que el individuo se identifique a sí mismo, y creando oportunidades para que el individuo sea físicamente activo.

«Entender el comportamiento de la población debería ser determinante para establecer estrategias de intervención que se adaptaran a estos distintos perfiles de comportamiento». Alfonso Jiménez, Catedrático y Director del Centro de Investigación en Ciencias del Deporte, Universidad Rey Juan Carlos.

En este sentido, resulta importante profundizar en el conocimiento del deporte en un doble ámbito. Por un lado, en la divulgación desde un punto de vista científico de su impacto y beneficios sobre la salud. Y, por otro lado, desde un punto de vista científico, para profundizar en la personalización de estrategias que puedan dar respuesta a distintos perfiles de comportamiento.

5.7. Ciudades activas.

En la motivación inicial que se ha presentado sobre la Jornada de Toledo se hacía referencia a una cita de Sir Winston Churchill sobre la forma en que los humanos construyen los edificios y luego,

éstos determinan la forma en la que los humanos viven.

Uno de los aspectos que se deja entrever en cada una de las dimensiones recorridas durante las discusiones mantenidas en Sevilla tiene que ver con la necesidad de impulsar un estilo de vida más activo de forma natural. Esto es, que se imbrique en la vida cotidiana de las personas, que parte de una vida activa sea, por ejemplo, el desplazamiento al trabajo. En un contexto de terciarización de la economía que impone un estilo de vida cada vez más sedentario, este tipo de intervenciones adquirirán mayor importancia.

La movilidad es por tanto uno de los grandes retos de las ciudades del siglo XXI, pero un reto que viene predeterminado por infraestructuras que tienen décadas de vida. Una reflexión pertinente que se plantea aquí es qué tipo de políticas son necesarias para alterar este entorno, de forma que se fomente ese estilo de vida más saludable.

Se entra por tanto en el terreno de intervenciones asociadas a la planificación de las ciudades, su diseño y sus estrategias de movilidad. Mejorar el transporte público y el acceso a infraestructuras, crear dotación de barrio con modelos de ciudad de cercanía para que las personas puedan acceder al comercio de primera necesidad.

Todo ello además tiene profundas implicaciones con el ámbito de la sostenibilidad, apostando por un modelo con menor presencia del coche y que ponga, gracias a la cercanía con los usuarios, el estilo de vida activo en el centro de la acción.



Capítulo 6

**El deporte
como fenómeno
económico.**

El sector deportivo ejerce una influencia muy significativa en el ámbito económico de cualquier país. Su impacto va más allá de su incidencia directa en la generación de actividad económica y laboral, produciendo efectos indirectos y spillovers que inciden en campos como el turismo, la industria, la salud, los medios de comunicación, la sostenibilidad, el entretenimiento, o la educación, entre otros.

Según el «Termómetro del ecosistema del deporte en España» publicado por PwC y la Fundación España Activa (2021), el sector deportivo nacional genera una actividad económica que asciende a 39.117 millones de euros, cifra que equivale al 3,3% del Producto Interior Bruto (PIB).

Además del impacto puramente económico, el sector deportivo fomenta la creación de empleo. De acuerdo con el informe mencionado anteriormente, se estima que el sector contribuye de manera significativa a la generación de empleo, con aproximadamente 414.000 puestos de trabajo en el país, lo que representa un 2,1% de la población ocupada. Es evidente, por tanto, que el deporte desempeña un papel esencial al proporcionar oportunidades de empleo para una gran cantidad de personas. Estos empleos, no solo se encuentran en clubes y atletas profesionales, sino también en áreas como la educación física, el turismo deportivo, la gestión de instalaciones deportivas y muchos otros.

El modelo organizativo del deporte en cada uno de los países es diverso. En Europa, tiende a ser piramidal e influye en su sostenibilidad económica. Existen ciertos principios que rigen el modelo europeo y que determinan su sostenibilidad. La solidaridad, la autonomía, la internalización y la

«El efecto multiplicador de la industria deportiva en la actividad económica de España es de 1,5 euros; es decir, por cada euro facturado por la industria del deporte en España, se generan 1,5 euros de ingresos adicionales en el resto de la economía».
PwC y Fundación España Activa (2021).

comercialización del deporte son aspectos críticos, junto con un modelo adecuado de gobernanza y bajo el principio de transparencia. Un modelo ético es esencial para un crecimiento sostenible y básico para su viabilidad futura. En este sentido, la tecnología juega un papel muy relevante. Como se ha mencionado anteriormente, la nueva economía del dato, acompañada de un modelo de gobernanza basado en los principios mencionados, puede generar ingresos y una redistribución de fondos que permita potenciar el deporte de alto nivel y amateur.

Precisamente, otro de los elementos más relevantes cuando se habla de financiación del deporte es la explotación de los derechos de entretenimiento. Existen varias tendencias muy importantes de cara al constante crecimiento del sector deportivo. Las principales fuerzas de crecimiento identificadas incluyen la transformación del entorno mediático, el aumento del deporte femenino, los cambios en hábitos y consumo, así como la atracción de un público más joven. Es importante fidelizar a estas audiencias, desmitificando la idea de que no están interesadas en el deporte.

El deporte genera además un impacto significativo en la sociedad al promover la movilidad, la inclusión y la interacción entre individuos. La práctica deportiva no solo fortalece la salud física y

mental de las personas, sino que también crea un sentido de comunidad y pertenencia. A través del deporte, se establecen conexiones entre personas de diferentes edades, géneros y culturas, lo que contribuye a la cohesión social. Además, fomenta valores fundamentales como el trabajo en equipo, la disciplina y el respeto, que trascienden más allá del campo de juego y se aplican en la vida cotidiana, siendo un elemento clave para el bienestar individual y colectivo.

El valor social del deporte en España va más allá incluso de la actividad física, incluyendo el ahorro en costes sanitarios, la mejora del desarrollo infantil, la reducción de los índices de criminalidad y el fortalecimiento de la cohesión social. Según información de la Fundación España Activa, el Centro de Estudios del Deporte de la URJC y 4Global (2022), los resultados obtenidos en las diferentes dimensiones del análisis suman un total de 9.100 millones de euros, con la siguiente distribución: 2.100 millones de euros estimados en mejora de la salud física y mental de aquellos españoles activos; 100 millones de euros estima-

«6 de cada 10 personas de 15 años en adelante, practicaron deporte en el último año, ya sea de forma periódica u ocasional. El análisis de las tasas de práctica deportiva pone de manifiesto que, aquellos que practicaron deporte, suelen hacerlo con relativa frecuencia: el 27,1% de la población, diariamente, y el 54,8%, al menos una vez por semana. El 58,1% de la población practica al menos una vez al mes y, el 58,6%, al menos una vez al trimestre». Encuesta de Hábitos deportivos en España (2020).

dos en su desarrollo individual; 4.700 millones de euros en la mejora de su sensación subjetiva de bienestar, y 2.200 millones de euros en el desarrollo social y comunitario del conjunto de España. Estos datos permiten dimensionar con mayor precisión el impacto del deporte en la sociedad.

Existen múltiples beneficios subjetivos difíciles de cuantificar en términos económicos, pero no por ello desdeñables. La salud física y mental, el desarrollo social y comunitario y la integración en la sociedad, son aspectos primordiales para



«Se estima que la práctica deportiva tiene un valor social de 9.100 millones de euros». Alfonso Arroyo, director general de la Plataforma España Deporte.

cualquier individuo. Invertir en el fomento del deporte incide de manera directa en la mejora de todos estos aspectos, tal y como demuestran multitud de estudios científicos.

La nueva Ley del Deporte subraya de forma particular el rol fundamental de las federaciones deportivas nacionales. Un papel multifacético y transversal que va más allá de asumir tareas o responsabilidades meramente directas. Se trata de adoptar un enfoque integral que va más allá de la competencia deportiva en sí misma y que permita maximizar el impacto positivo del deporte en diversos aspectos de la vida de las personas, y en la economía en general. En este sentido, la Asociación del Deporte Español (ADESP), constituida por las Federaciones Deportivas Españolas, se configura como uno de los actores principales a la hora de impulsar esta transformación.

«Es necesaria la reflexión sobre la transversalidad del deporte y su capacidad para generar un impacto positivo social y económico en múltiples dimensiones como salud, educación, turismo o industria. Y aquí, las Federaciones Nacionales pueden jugar un papel muy importante como agentes tractores de ese cambio».

Alfonso Arroyo, director general de la Plataforma España Deporte.

6.1. La tecnología como motor de cambio y generación de valor.

España cuenta ahora mismo con un contexto único. Es el único país de Europa que ha destinado fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia al sector deportivo, con 300 millones de euros, de los cuales 75,6 millones se han destinado a la transformación digital del sector.

La digitalización se erige como un pilar fundamental en la industria del deporte. Las organizaciones que no abracen esta tendencia corren el riesgo de perder valiosas oportunidades. La tecnología es una de las fuerzas dinámicas de cambio con mayor relevancia en el mundo de hoy, y la necesidad de actuar en este ámbito es, prácticamente, un imperativo para organizaciones e industrias.

Uno de los ámbitos que posee una mayor relevancia para el deporte tiene que ver con la gestión y monetización de datos, un aspecto crucial. Los datos se consideran el oro del futuro en todas las industrias, incluido el deporte. Las marcas buscan comprender quiénes conforman la base de aficionados de una organización deportiva, qué les apasiona, qué los conecta y qué los motiva. En especial, al enfocarnos en las audiencias jóvenes, queda claro que buscan interacciones más dinámicas y experiencias enriquecedoras. Si no se posee un entendimiento profundo de los aficionados, resulta complicado capitalizar y aprovechar al máximo esta conexión. Por lo tanto, cuando una marca invierte en publicidad o busca asociarse con el mundo deportivo, su objetivo es crear narrativas que resuenen con la audiencia, buscando no solo captar

su atención, sino también proporcionar una experiencia auténtica e impactante.

Pero su impacto va mucho más allá de la comprensión de las audiencias, al incluir aspectos relacionados con la monitorización, control y mejora del rendimiento de los deportistas. Los datos, combinados con sensórica para la captura de los mismos y herramientas de inteligencia artificial para su interpretación y comprensión suponen un elemento diferencial en la práctica deportiva.

«Se dice que los datos son el oro del futuro y lo estamos viendo en todas las industrias, no solamente en la industria del deporte».

Patricia Mancas, socia de PwC Tax & Legal.

Esta relevancia de la tecnología encuentra su respuesta en la estrategia del Consejo Superior de Deportes (CSD). Éste ha delineado una estrategia de transformación en el ámbito organizativo y tecnológico. En la actualidad, se están implementando mejoras a nivel tecnológico, tales como la digitalización de procesos y la creación de plataformas de gestión deportiva, con el objetivo de unificar datos. Este proceso implica la adopción de nuevas tecnologías para optimizar la gestión de información y recursos. Se trata, por tanto, de un proyecto vertebrado en torno a dos aspectos principales: digitalización e innovación.

La primera pata busca sistematizar procesos de manera digital, adoptando tecnologías ya existentes. Inicialmente, se quiere implementar una plataforma de gestión deportiva que permita centralizar y unificar los datos relacionados con el ámbito deportivo. Esto incluye información sobre deportistas, competiciones, eventos y otros aspectos

relevantes. La consolidación de estos datos facilita la toma de decisiones informadas y mejora la eficiencia en la administración deportiva.

Además, esta plataforma proporciona a los empleados del CSD herramientas digitales que les permiten trabajar de manera más eficiente. Desde la gestión de eventos hasta el seguimiento de atletas y la administración de recursos, la digitalización de procesos agiliza numerosas tareas que antes requerían un mayor esfuerzo y tiempo.

La plataforma también está diseñada para facilitar la comunicación y colaboración entre diferentes áreas y equipos dentro del CSD. La integración de herramientas de comunicación y colaboración en tiempo real mejora la coordinación y el flujo de trabajo entre departamentos, lo que a su vez contribuye a una mayor eficiencia organizativa.

Asimismo, se está trabajando en la creación de una plataforma de integración de aplicaciones. Esta herramienta actuará como un nexo entre diferentes sistemas y aplicaciones utilizadas en el ámbito deportivo. La integración de aplicaciones permitirá una mayor fluidez en la gestión de datos y una comunicación más efectiva entre diferentes partes interesadas, como federaciones, equipos y atletas. También se están desarrollando infraestructuras digitales para mejorar la experiencia de los deportistas y la eficiencia en el uso de los centros de alto rendimiento.

Además, se establecen conexiones con el ecosistema deportivo a través de aplicaciones y plataformas de interacción. El objetivo es centralizar y compartir contenido relevante para fortalecer la colaboración entre diferentes entidades del deporte.

La segunda pata de esta estrategia pasa por la innovación. El CSD ha lanzado recientemente su iniciativa de innovación: CSD+i. Esta plataforma nace con el propósito de liderar la transformación del sector del deporte a través de la digitalización, la innovación y la colaboración público-privada entre todos los agentes de nuestro sector, incluyendo a empresas, startups, talento emprendedor y administraciones públicas.

«Queremos generar un espacio donde toda la industria del deporte participe y podamos entendernos». Conchi Bellorín, Subdirectora Adjunta Alta Competición CSD.

Su principal objetivo es activar y dinamizar el ecosistema mejorando la competitividad del deporte español e impactando en otras áreas de la sociedad y la economía. En este sentido, se han determinado cuatro ejes de acción:

- Radar de Tendencias: Se centra en el análisis de las últimas tendencias en el mundo del deporte, abarcando aspectos como nutrición, rendimiento y materiales deportivos. Además, se promoverá la investigación a través de colaboraciones con universidades y centros de investigación. Funcionará como punto de encuentro entre estos agentes.
- Formación y Conocimiento: Se establece una plataforma de formación que ofrecerá contenidos tanto de elaboración interna, como desarrollados junto a expertos del sector. Se busca crear una comunidad de aprendizaje activa.
- Oficina de Transformación: Esta oficina se divide en tres verticales: federativa, equipos

multidisciplinares deportivos y red de centros. Se enfoca en la transformación digital y en el constante mapeo de necesidades de los actores mencionados.

- Factoría de Innovación: Está orientada a la implementación de proyectos piloto que promuevan la innovación y mejora en el ámbito deportivo.

6.2. Sostenibilidad medioambiental y responsabilidad en la gestión de recursos y comportamientos.

Este apartado se aborda desde dos perspectivas diferentes pero complementarias. El sector deportivo ejerce un impacto directo en el medioambiente, ya sea a través de la realización de eventos deportivos, como de la propia actividad económica, social e industrial. La responsabilidad en la gestión de los recursos y los comportamientos de todos los agentes del ecosistema son factores determinante en la sostenibilidad de los mismos y en su viabilidad futura.

La gestión de eventos deportivos al aire libre enfrenta una serie de desafíos que van más allá de la logística y la planificación. En este contexto, es crucial abordar la sostenibilidad y la responsabilidad, tanto en la utilización de recursos como en los comportamientos, durante la organización de estos eventos. A continuación, se analizan los principales obstáculos y recomendaciones para promover una gestión más eficiente y consciente:

1. Dificultades en la obtención de permisos: la heterogeneidad en la concesión de permisos

para eventos deportivos al aire libre representa un desafío significativo. Este problema no solo varía entre diferentes entidades, sino también dentro de las mismas. Es esencial establecer un marco normativo más claro y homogéneo que facilite la obtención de permisos en todos los niveles. Asimismo, se debe promover una mayor colaboración entre organizadores de eventos y autoridades para agilizar este proceso.

2. Incompatibilidad de plazos con la planificación de eventos: los plazos establecidos para la obtención de permisos, a menudo, no se alinean con los tiempos de trabajo de los organizadores de eventos. Dado que la planificación y promoción de un evento puede comenzar hasta con un año de antelación, es imperativo revisar y ajustar los plazos de solicitud y aprobación. Esto permitirá a los organizadores contar con el tiempo necesario para llevar a cabo una planificación exhaustiva y efectiva.
3. Inquietud de los promotores: la incertidumbre en la obtención de permisos puede generar un ambiente tenso para los promotores de eventos deportivos. Esta situación puede afectar a la percepción de la compañía y la confianza de los deportistas en el evento. Para abordar este problema, es fundamental establecer protocolos claros y comunicar de manera efectiva los procesos de obtención de permisos, brindando tranquilidad y seguridad a todas las partes involucradas.
4. Desigualdades entre comunidades autónomas: las diferencias en las regulaciones y dificultades para la obtención de permisos

entre diferentes comunidades autónomas añaden una capa adicional de complejidad para los organizadores que operan en múltiples regiones. Se requiere una mayor armonización normativa a nivel nacional que facilite la organización de eventos deportivos en todo el país. Esto implica un esfuerzo conjunto entre las autoridades regionales y nacionales para establecer estándares y procedimientos comunes.

5. Importancia de la colaboración con las administraciones: más allá del financiamiento directo, las administraciones tienen un papel fundamental en proporcionar las infraestructuras necesarias para la realización óptima de eventos deportivos. Esto incluye la adecuada planificación de carreteras y calles, así como la implementación de medidas de seguridad y logística. Fomentar la colaboración entre organizadores y autoridades contribuirá a la creación de eventos más eficientes y sostenibles.

La gestión de eventos deportivos no solo se trata de la planificación y ejecución, sino también de la responsabilidad en el uso de recursos y la promoción de prácticas sostenibles. Abordar estos desafíos e implementar medidas para una gestión más eficiente y responsable beneficiará a toda la comunidad deportiva y promoverá un entorno más sostenible y equitativo en el ámbito de los eventos al aire libre.

La sostenibilidad medioambiental se ha convertido en un pilar fundamental en la industria del deporte, y las empresas líderes están demostrando un compromiso tangible con la preservación del

entorno natural. Algunas de las principales tendencias hacen referencia a:

1. **Diversidad de materiales y enfoque de desarrollo:** en el ámbito de la industria, se observa una amplia variedad de materiales utilizados, desde carbón y aluminio hasta acero y termoplásticos. Numerosas empresas invierten significativamente en el desarrollo y adquisición de conocimientos para mantenerse competitivas en el mercado. Esta dedicación a la innovación en materiales no solo mejora el rendimiento de sus productos, sino que también busca reducir el impacto ambiental a largo plazo.
2. **Compromiso con la fabricación local y la sostenibilidad:** la decisión de las marcas de optar por la fabricación local y la sostenibilidad desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento de la economía local. En primer lugar, esta elección impulsa la generación de empleo en la región, ofreciendo oportunidades laborales a los habitantes locales y aumentando el ingreso disponible en la comunidad. Además, promueve el desarrollo de habilidades y el aumento del nivel de capacitación de los trabajadores, lo que contribuye a una fuerza laboral más calificada y competitiva. A su vez, al mantener la producción en la región, se estimula el consumo local al apoyar a otros negocios locales, como proveedores de materiales y servicios auxiliares. Esto crea un efecto multiplicador en la economía local, generando un ciclo virtuoso de crecimiento. Al reducir la dependencia de importaciones de otros países, la

fabricación local disminuye la vulnerabilidad ante fluctuaciones en los mercados internacionales y fortalece la autonomía económica de la región. Adicionalmente, esta elección contribuye a la reducción de la huella de carbono, al implicar distancias de transporte más cortas para los productos, lo que se traduce en la disminución de las emisiones de carbono y una menor presión sobre el medio ambiente”. Asimismo, la proximidad entre la empresa y su base de producción facilita la colaboración en términos de innovación y desarrollo tecnológico, lo que puede llevar a mejoras significativas en la eficiencia de producción y en la calidad de los productos. Este compromiso con la producción local no solo fortalece la economía regional, sino que también minimiza la huella de carbono asociada con el transporte de productos.

«Para nosotros, el compromiso social y mantener puestos de trabajo en el País Vasco son clave». Joseba Arizaga, Outdoor Projects en Orbea.

La relocalización de la producción ha ganado fuerza en los últimos años, impulsada por diversos factores, como la disminución de los costes laborales en países desarrollados, gracias a tecnologías avanzadas y robótica; el incremento de los costes laborales en China; la mejora en la calidad de los productos occidentales; la importancia de la personalización y la rápida adaptación de productos, y la creciente dependencia de las cadenas logísticas globales. A raíz de la pandemia y la

invasión de Rusia a Ucrania, se ha observado una tendencia de las empresas a volver a producir en sus países de origen.

3. Sensibilización hacia la sostenibilidad en la industria: la creciente sensibilidad hacia la sostenibilidad en la industria es un indicador positivo de una evolución significativa en el enfoque empresarial. Numerosas empresas están liderando este cambio al demostrar un compromiso genuino con la protección del medio ambiente. La adopción de medidas concretas, como la reducción del uso de plásticos y la implementación de cambios en el embalaje, refleja un claro reconocimiento de la responsabilidad que tienen las empresas en la mitigación del impacto ambiental de sus operaciones. Esto va más allá de la mera complacencia con las regulaciones, y representa un compromiso proactivo con la adopción de prácticas empresariales más sostenibles. Al hacerlo, las empresas no solo están respondiendo a las crecientes preocupaciones ambientales a nivel global, sino que también están contribuyendo activamente a la construcción de un futuro más sostenible y equilibrado. Esta mayor sensibilidad hacia la sostenibilidad no solo beneficia al entorno natural, sino que también puede mejorar la reputación y la imagen de la empresa, lo que a su vez puede generar un mayor atractivo para los consumidores que valoran la responsabilidad ambiental. En última instancia, esta evolución hacia la sostenibilidad en la industria representa una respuesta necesaria y valiosa a los desafíos ambientales actuales

y una inversión en un futuro más sostenible y próspero para todos.

«Nosotros venimos de hacer plantillas con moldes de yeso que adaptábamos artesanalmente. Todo eso ha ido virando a escáneres con un residuo del 0%, construyendo parques fotovoltaicos que generan la energía que consumimos». Víctor Alfaro, director gerente de Podoactiva.

6.3. Ciudades activas: movilidad y sostenibilidad en entornos urbanos.

En la actualidad, el concepto de «ciudades activas» ha cobrado una relevancia insoslayable en la planificación urbana y el diseño de espacios habitables y posee, además, una derivada económica. Según datos proporcionados por expertos en el campo, se ha comprobado que la inversión en infraestructuras para el uso de la bicicleta es altamente rentable en comparación con la construcción de autovías para vehículos a motor. Específicamente, construir un kilómetro de carril para bicicletas en un entorno urbano, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, tiene un coste que oscila entre medio millón y un millón y medio de euros, dependiendo de si está separado del tráfico vehicular. Esta inversión inicial, aunque significativa, se traduce en beneficios a largo plazo para la salud pública y la movilidad sostenible.

Una de las piedras angulares de las ciudades activas es la promoción de una movilidad eficiente





y sostenible. De hecho, el proceso de construcción de una autovía para coches tiene un coste considerablemente mayor, ascendiendo a 12,8 millones de euros por cada kilómetro. Estos datos reflejan una diferencia abismal en términos de inversión económica y, a su vez, subrayan la necesidad de priorizar la movilidad no motorizada en el diseño urbano.

Es importante destacar que la inversión en infraestructuras y espacios destinados a fomentar la actividad física y la movilidad sostenible tienen un impacto económico y social significativo. Por un lado, la creación de carriles para bicicletas y zonas verdes no solo mejora la calidad de vida de los habitantes, sino que también impulsa la economía local. Estos espacios activos atraen a visitantes y turistas, generando ingresos para comercios locales y servicios relacionados.

En cuanto a la infraestructura, no se trata solo de crear espacios deportivos, sino de desarrollar espacios versátiles que actúen como imanes para una gran variedad de eventos. La capacidad de aprovechar estas instalaciones durante todo el año es crucial para una gestión eficaz. Además, la mejora de la accesibilidad y la sostenibilidad no solo atraen a la audiencia, sino que también demuestran un compromiso con valores importantes en la actualidad. La implementación de tecnología para mejorar la experiencia del usuario en estos espacios es otra faceta esencial para mantenerse a la vanguardia.

Las ciudades activas también son un pilar fundamental en la lucha contra el cambio climático y la promoción de prácticas más sostenibles. Fomentar la movilidad no motorizada reduce la emisión de gases de efecto invernadero y disminuye la dependencia de combustibles fósiles. Según

investigaciones recientes, la implementación de estas políticas ha contribuido a que Países Bajos sea el país en Europa con la menor tasa de obesidad y de trastornos cardiometabólicos. Esto demuestra el poder transformador de una decisión estratégica a favor de la inversión en movilidad sostenible.

Buena parte de la estrategia de generar ciudades más activas responde a una necesidad social ya de hace años, pero que se ha visto reforzada a raíz de la pandemia.

«Con los datos en la mano, desde Joma observamos que el running es el deporte cuya práctica más se ha incrementado, sobre todo postpandemia». Óscar Jiménez, responsable de patrocinio de Joma.

Un aspecto que no puede dejarse de lado al hablar de políticas orientadas a fomentar un estilo de vida más activo y saludable es la necesidad de entenderlo como ecosistema. No es solo diseñar la políticas, sino facilitar la aparición de un ecosistema que pueda prosperar. La sostenibilidad en el mundo va a acabar imponiéndose porque va a caer por su propio peso, porque tiene sentido también económico.

«...la industria de la bicicleta en Euskadi mueve unos 450 millones al año y miles y miles de aficionados y aficionadas que llenan las carreteras vascas todos los fines de semana». Itxaso Erroteta, concejala de Juventud y Deportes del Ayuntamiento de Bilbao.

6.4. Deporte femenino: hacia una igualdad real.

El deporte femenino representa un componente esencial en el crecimiento continuo de la industria deportiva. A pesar de los desafíos que enfrenta, como la necesidad de una mayor profesionalización y visibilidad mediática, su potencial para impulsar el sector es innegable. A medida que la inversión y el apoyo en este ámbito aumentan, se vislumbra un crecimiento exponencial en el horizonte.

Para comprender la trayectoria ascendente del deporte femenino, es esencial considerar los factores clave que lo impulsan. El posicionamiento dentro del sector del entretenimiento es fundamental para atraer y fidelizar audiencias, así como para explotar de manera efectiva el contenido generado. La captación de inversión institucional se erige como un pilar esencial para garantizar la sostenibilidad económica, lo cual requiere una gestión transparente y una sólida gobernanza.

La monetización de la información es otro aspecto crítico en el desarrollo del deporte femenino. Este proceso implica una colaboración estrecha entre avances tecnológicos y una gestión de datos de alta calidad. La creación de infraestructuras multidisciplinares no solo potencia el desarrollo deportivo, sino que también contribuye a la transformación urbana, generando un impacto positivo en la comunidad.

El deporte femenino no solo representa una oportunidad económica, sino también un impulso para la igualdad de género y la inclusión en el ámbito deportivo. A medida que se superan barreras y

se promueve la participación activa de las mujeres en el deporte, se crea un entorno más equitativo y enriquecedor para todos los participantes.

«El patrocinio por un equipo de ciclismo femenino no ha supuesto un cambio de mentalidad muy grande, ya que el papel de la mujer siempre ha sido fundamental en nuestra organización. Fuimos la primera entidad con un consejo rector paritario y, por tanto, hemos trasladado lo que internamente ya era un hecho en nuestro entorno».
Ander Toña, responsable de comunicación interna en Laboral Kutxa.

En última instancia, el deporte femenino emerge como una vía prometedora para el crecimiento y la proyección futura de la industria deportiva en su conjunto. Su potencial es vasto y su influencia en la sociedad y la cultura deportiva es cada vez más notable. Enfrentando los retos actuales con estrategias innovadoras, el deporte femenino se perfila como un elemento indispensable en el futuro de la industria del deporte.

6.5. El valor del turismo activo, deportivo y el deporte como entretenimiento

España recibió casi 37,5 millones de turistas internacionales en el primer semestre de 2023, un 23,7% más que en el mismo periodo de 2022, y los visitantes extranjeros gastaron 46.011 millones de euros, un 28,3% más, según se desprende

de las estadísticas Frontur y Egatur. Según el estudio llevado a cabo por Google y Rocket Digital «EMEA Summer Travel 2023», España es el segundo país con mayor demanda mundial, solo por detrás de Estados Unidos y seguido por Italia. Un 61% del interés que despierta nuestro país proviene de los turistas nacionales frente a un 39% de los internacionales.

La infraestructura y los espacios son factores determinantes en este sentido, y nuestro país goza de una situación excepcional que permiten atraer turistas en un contexto deportivo.

El turismo deportivo es una forma emocionante de viajar y vivir experiencias que atrae a entusiastas de diversas disciplinas. Ofrece la oportunidad de combinar la pasión por el deporte con la exploración de nuevos destinos, ya sea asistiendo a eventos deportivos de renombre, participando en competiciones, o disfrutando de actividades al aire libre en entornos naturales. Este tipo de turismo no solo fomenta un estilo de vida activo y saludable, sino que también impulsa la economía local y promueve la interacción cultural. Desde maratones urbanos hasta excursiones de senderismo en montañas, el turismo deportivo brinda a los viajeros la oportunidad de vivir experiencias únicas mientras se sumergen en la diversidad de las actividades deportivas.

En este sentido, algunas cifras económicas sobre el sector turístico deportivo muestran una recuperación postpandemia de la actividad económica. No obstante, continúa lejos del nivel de gasto que los viajeros internacionales y residentes realizaban antes de la pandemia. El desembolso realizado por turistas españoles y extranjeros que viajaron por España por motivos deportivos se

elevó a 5.553,9 millones de euros en 2022, más del doble que el año anterior, pero aún un 18,7 por debajo de los 6.828,7 millones que movió en 2019, según el Anuario de Estadísticas Deportivas, informe elaborado por el Ministerio de Cultura y Deporte.

Hoy en día, las organizaciones relacionadas con el turismo deportivo se enfrentan a numerosos retos en su búsqueda por mejorar la experiencia de los participantes y mantenerse a la vanguardia de la industria. La innovación es un aspecto esencial en este ámbito. Actualmente, el turismo deportivo se encuentra en medio de cambios importantes para enfrentar los desafíos futuros, y la digitalización emerge como una de las soluciones más destacadas. La captura, análisis y la gestión de la información obtenida a partir de los datos; el uso de nuevas tecnologías como herramientas de trabajo, y la mejora y eficiencia de procesos, desempeñan un papel crucial en la constante mejora de las organizaciones, lo que redundará en un beneficio para la experiencia de los usuarios participantes en eventos relacionados con el turismo deportivo.

Estrategias de fomento del turismo activo.

Las estrategias de desarrollo de turismo activo juegan un papel esencial en la articulación de territorios que encuentran en el mismo una vía para su desarrollo. A lo largo de los debates, se han identificado cinco pilares sobre los que el turismo activo se sustenta:

1. **Sostenibilidad Ambiental:** Este pilar se centra en la conservación y protección del entorno natural y paisajístico del País Vasco. Se promueven prácticas responsables que reduzcan el impacto ambiental de las actividades turísticas. La gestión de residuos, la promoción del transporte sostenible y la

preservación de ecosistemas son prioridades fundamentales.

2. **Sostenibilidad Económica:** La estrategia busca asegurar que la actividad turística contribuya positivamente a la economía local y regional. Se persigue la creación de empleos de calidad y la promoción de la inversión en el sector turístico. Además, se fomenta el consumo de productos y servicios locales para fortalecer la economía de la comunidad.
3. **Sostenibilidad Social:** Este pilar se enfoca en garantizar que el turismo beneficie a la comunidad local sin generar impactos negativos en términos sociales. Se promueve la integración y e implicación de la comunidad en la actividad turística, así como la preservación de la cultura y patrimonio local. Se evita la gentrificación y desplazamiento de la población local debido al turismo.
4. **Digitalización y Tecnología:** La implementación de soluciones tecnológicas es esencial para la gestión del turismo inteligente. Las herramientas digitales mejoran la experiencia del visitante y optimizan la gestión de recursos turísticos. Incluyen aplicaciones móviles, sistemas de información geográfica y plataformas de reservas en línea, entre otros.
5. **Innovación y Competitividad:** Se promueve la innovación en el sector turístico para mantener la competitividad a nivel nacional e internacional. Se fomenta la investigación y desarrollo de nuevas ofertas turísticas y se adoptan prácticas vanguardistas en la gestión de destinos turísticos.

La aproximación del País Vasco es un claro ejemplo de esto. Se basa en una estrategia integral que busca potenciar la gestión y promoción del turismo mediante la aplicación de tecnologías y prácticas innovadoras. Esta visión particular, permite identificar cinco pilares clave para articular la política de un territorio orientada a impulsar y fomentar el turismo deportivo, entendiendo en este caso, como un turismo eminentemente activo.

Tomando como elementos fundacionales estos pilares, la administración del País Vasco interactúa de manera diferenciada con los turistas, realizando encuestas exhaustivas cada dos años para comprender el perfil del visitante, sus preferencias y su percepción de la región. La satisfacción del turista es notable, con un 98% de recomendación y un alto índice de repetición de visitas.

El País Vasco se distingue por su identidad cultural única, que atrae visitantes de todo el mundo. La gestión sostenible del turismo es un pilar clave en la estrategia, enfocándose en la importancia de la naturaleza y el deporte en esta evolución hacia un turismo responsable y sostenible.

«En el País Vasco aplicamos un código ético de turismo que, hoy por hoy, es el más desarrollado del mundo. Esto ha sido aplaudido y reconocido por la OMT a nivel internacional». Daniel Solana, director de Basquetour.

Responsabilidad y sostenibilidad son dos aspectos clave en el modelo, algo que se encuentra escrito en su propio ADN a través del código ético del turismo, uno de los más desarrollados del mundo y que se refleja en los cinco pilares anteriores.

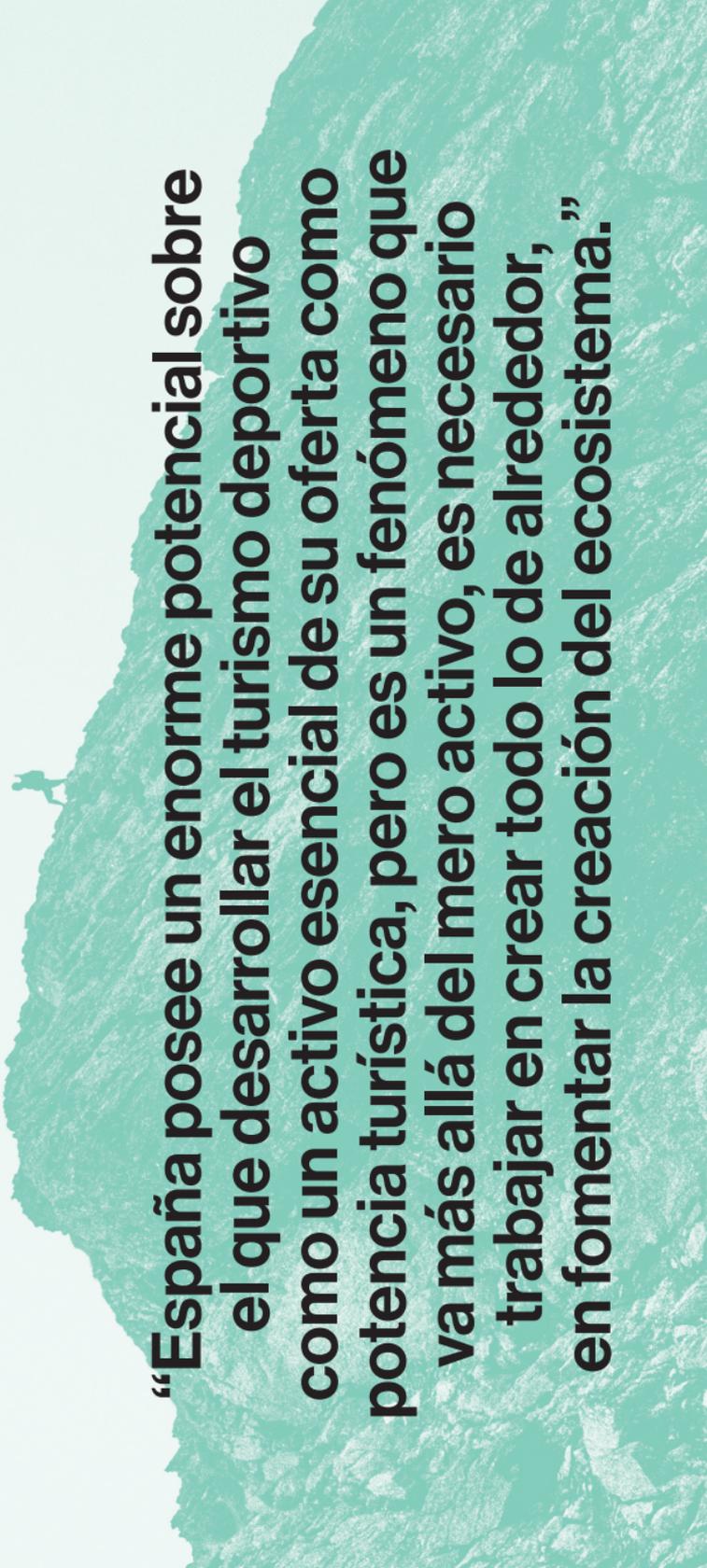
Se destaca la relevancia del turismo deportivo senior y adaptativo, con la disponibilidad de nuevas bicicletas adaptativas que facilitan las excursiones para este grupo demográfico. La eficiencia en el uso de recursos públicos y la promoción activa de iniciativas turísticas desde la administración pública son esenciales para garantizar un turismo responsable y un rendimiento económico óptimo.

Resulta interesante reflexionar sobre esta estrategia en particular, ya que refleja un enfoque eminentemente holístico, donde la sostenibilidad, la innovación y la participación activa de la comunidad local son pilares fundamentales. Refleja la importancia de esta cultura activa y del deporte como herramienta de construcción de identidad cultural de un territorio y cómo se puede aprovechar como mecanismo de generación de valor local. Este modelo busca no solo impulsar la economía, sino también preservar la riqueza cultural y natural de la región, asegurando así un turismo de calidad y una experiencia memorable para los visitantes.

En este sentido, un aspecto que surge también es cómo se enfoca esta aproximación en entornos más rurales, siendo el caso de los deportes de invierno y montaña un ejemplo paradigmático.

En los entornos rurales y de montaña, el patrimonio natural no es un mero acompañante, sino que es un actor fundamental en este fenómeno. Buena parte de las estrategias a desarrollar no hablan solo de la explotación, sino que en muchos casos asumen como parte esencial la recuperación, mantenimiento y mejora de estos activos de valor incalculable.

Enrique Coronas, director de estrategia en Barrabés.biz.



“España posee un enorme potencial sobre el que desarrollar el turismo deportivo como un activo esencial de su oferta como potencia turística, pero es un fenómeno que va más allá del mero activo, es necesario trabajar en crear todo lo de alrededor, en fomentar la creación del ecosistema.”

«El proyecto de Zona Cero se inicia hace doce años, con la intención del restablecimiento de los caminos tradicionales que nos comentaba antes Orbea, que precisamente colabora con nosotros, ayudándonos en esta labor. Ello implica la recuperación de un patrimonio, ya que los ancestros se comunicaban para trasladarse de un pueblo a otro, o ir a las ermitas, desde los antiguos caminos». Susana Cubells, vicepresidenta de Zona Cero.

Esta muestra de respeto al medio lo convierte en un socio esencial de una política de fomento del turismo activo que se ha convertido en referente nacional e internacional. El objetivo último es crear valor que permita dinamizar la vida en el entorno rural e impulsar la prosperidad para el conjunto de la sociedad.

«La misión que nos corresponde es hacer que el turismo sea el motor, la locomotora y el catalizador de un modelo de desarrollo sostenible en unos valles de economía tradicional». Josete Franco, subdirector de Marketing de Aramón.

En un entorno de montaña, como es el Pirineo aragonés, el desarrollo no vale a cualquier precio. Es precisamente aquí donde la multidimensionalidad de la sostenibilidad cobra todo el sentido y se hace real de una forma más evidente. Sostenibilidad económica, social y medioambiental conforman un delicado equilibrio que, si se pierde, puede suponer un desastre.

La relevancia de los eventos deportivos.

Una parte importante del turismo deportivo tiene que ver directamente con la celebración de eventos o espectáculos de carácter deportivo. Estos son el principal causante de este gasto turístico deportivo, correspondiendo a los viajes realizados para ver deporte en los estadios, pabellones y circuitos, con un importe de 3.456,8 millones de euros. Esta cifra triplica los datos de 2021, aunque se sitúa un 24,3% por debajo de los registros de 2019.

El aliado de la recuperación ha sido el viajero nacional, es decir, la demanda interna. Los residentes gastaron 1.030,7 millones de euros en viajes para acudir a espectáculos deportivos, lo que supone un 15,2% menos que en 2019, pero el doble que en 2021. Y la buena noticia reside en el turismo activo, ya que los españoles y residentes ya gastan más en viajes deportivos que en prepanidemia: 853,1 millones de euros, récord de la serie histórica. Es un 3,4% más que en 2019, y un 43,6% más que en 2021.

Los eventos deportivos se dividen generalmente en dos categorías en función del tipo de deportista al que está destinado: deportistas profesionales y deportistas aficionados. En el caso de los eventos destinados a deportistas profesionales, existe una gran dependencia de los volúmenes de asistencia y audiencia, por lo que los medios audiovisuales juegan un papel determinante (incluyendo redes sociales, plataformas de streaming, etc.) para llegar a su público. Por otro lado, los eventos para deportistas aficionados se centran en brindar experiencias deportivas a participantes y buscan mantener su participación a largo plazo a través de programas de fidelización.

«Buscamos generar eventos sumamente aspiracionales donde la gente quiera venir a vivir esa experiencia con nosotros. Tratamos de que sea la mejor de su vida, para que, una vez que entran en nuestro ecosistema de eventos, se queden el mayor tiempo posible complementando no solamente la participación en eventos, sino también aspectos relacionados con alimentación, formación, entrenamiento, etc». Jesús García, CEO de MKTG Spain.

Aun así, ambos eventos ya sean para deportistas profesionales o aficionados, tienen un impacto directo en el lugar donde se realizan. Por ello, el objetivo de las organizaciones es seleccionar destinos que ofrezcan una experiencia completa, que incluya opciones de alojamiento, oportunidades turísticas y actividades complementarias, debido a que no solo se centran en los atletas, sino también en sus acompañantes.

«Al final no estamos hablando de participación pura de atletas, sino de 2,5 personas que acompañan a cada participante». Agustí Pérez, Director regional de IRONMAN en el sur de Europa.

«Los eventos deportivos son una ventana muy útil a la proyección turística local». Javier Guillén, director general de Unipublic.

Estrategias de desarrollo de eventos de deporte profesional.

Los eventos deportivos, como fenómeno multiforme, encuentran su diversidad en la amplia gama de tipos y alcances que pueden tener. En el ámbito del deporte profesional, la audiencia se revela como el pilar fundamental para el éxito de cualquier evento. Sin una base sólida de seguidores, el evento carece del combustible esencial para su funcionamiento. Así, la clave se encuentra en cultivar y mantener una audiencia comprometida y apasionada.

Dos ejemplos vinculados a la ciudad de Bilbao son el ciclismo profesional y la gestión del Estadio de San Mamés. En el caso del ciclismo profesional, su particularidad radica en la movilidad que posee como evento. A diferencia de recintos privados y cerrados, el ciclismo tiene la versatilidad de llevarse a cabo en prácticamente cualquier lugar. Esta característica brinda una oportunidad única para expandir los escenarios, como se ha visto en el Tour de Francia al salir de Euskadi. Este enfoque de internacionalización presenta un vasto potencial de crecimiento y apertura a nuevos públicos.

Por otro lado, el nuevo San Mamés ha permitido una mayor explotación del espacio a través de la apertura de nuevas líneas de negocio y la consolidación de una identidad y sentimiento de pertenencia a la comunidad.

«Nosotros abríamos el antiguo San Mamés cada 15 días. Accedían 40.000 personas. Cuando salían, volvíamos a cerrar y aquello era un edificio en el centro de Bilbao, sin actividad». Borja González, director de Negocios del Athletic Club.

El cambio de infraestructura y modelo de explotación ha permitido que un club como el Athletic de Bilbao diversifique sus líneas de negocio, funcionando los 365 días del año. Han mejorado aspectos como la venta de entradas, la venta de zonas VIP y hospitality, además de implementar proyectos enfocados en transmitir valores y preservar la historia local. Un ejemplo es la «Catedral Gastronómica», un área VIP que va más allá de los estándares, integrando la rica gastronomía de Vizcaya al contar con chefs con Estrella Michelin cocinando en el estadio. Además de los días de partido, utilizan la infraestructura para eventos de gran envergadura como conciertos y finales de otros deportes (por ejemplo, rugby). También pueden alojar eventos corporativos y congresos, lo que se traduce en una línea de negocio significativa con un potencial de crecimiento considerable. Este es solo un ejemplo práctico más de estrategias de evento aplicables al deporte profesional.

La transformación del panorama mediático juega un papel crucial en la evolución de los eventos deportivos. Más allá de los canales de televisión convencionales, la comprensión y aprovechamiento de las plataformas digitales y las redes sociales se convierte en un elemento central. La diversidad de públicos y perfiles de consumidores requiere una adaptación estratégica, que se dirige no solo a hombres y mujeres, sino también a diferentes segmentos de edad.

Sin embargo, el desafío reside en la monetización de estas nuevas plataformas. A pesar del crecimiento exponencial en la audiencia, la traducción de este interés en ingresos aún se encuentra en proceso de maduración. La clave reside en encontrar modelos sostenibles que equilibren la

explosión en el seguimiento con una monetización adecuada.

En el ámbito del deporte profesional, la creación de experiencias se convierte en una herramienta poderosa para atraer a un público diverso. Estas experiencias van más allá del mero interés en el ciclismo; se trata de proporcionar a los asistentes un evento que les brinde una experiencia inolvidable. La ausencia de venta de entradas tradicionales en el ciclismo profesional significa que estas experiencias se convierten en la principal fuente de ingresos.

No obstante, la creación de experiencias no está exenta de desafíos. Requiere una inversión significativa, tanto en términos de recursos como de presupuesto. En un contexto español donde a veces renunciamos a pagar por experiencias, encontrar el equilibrio adecuado entre inversión y retorno es crucial.

Diferentes enfoques, un objetivo común.

En el mundo de los eventos deportivos, la diversidad de enfoques y objetivos es palpable. Mientras algunos se centran en la alta competencia y el deporte profesional, otros tienen su mirada puesta en el participante ávido de experiencias deportivas memorables. En este capítulo, exploraremos tres perspectivas diferentes y cómo cada una contribuye a la riqueza y variedad del mundo de los eventos deportivos.

En este enfoque, el objetivo primordial es brindar al participante una experiencia deportiva inolvidable. En eventos de esta naturaleza, la audiencia no solo incluye al atleta, sino también a sus acompañantes y familiares. La organización se extiende más allá de la competencia en sí, abarcando la planificación de alojamiento, destinos turísticos y

una oferta complementaria que enriquece la experiencia global. La inversión en plataformas virtuales para entrenamiento en casa agrega un componente virtual que se traduce en una experiencia real para el participante.

En el ámbito de los eventos multidisciplinarios, la meta es crear experiencias que vayan más allá del ámbito deportivo. Estos eventos buscan cautivar a organizaciones con un alto potencial y convencerlas para unirse a una actividad única y transformadora. La visión es trascender las limitaciones y desafiar a los participantes a alcanzar metas que nunca creyeron posibles, como el emblemático salto del Puente de la Salve en Bilbao.

Pequeñas entidades deportivas también tienen su papel en este escenario diverso. Aunque sus desafíos puedan ser de menor escala, su capacidad para innovar y generar experiencias únicas no debe subestimarse. Estas organizaciones pueden ser disruptivas y ofrecer a grandes corporaciones eventos deportivos a medida, ya sea para su plantilla, familiares o incluso para impactar positivamente en su entorno social.

El deporte como entretenimiento y su dimensión como espectáculo.

El deporte, considerado como fenómeno económico, además de lo ya mencionado posee una dimensión más que está vinculada con el mundo del entretenimiento, las relaciones del deporte con el mundo de la publicidad y los medios de comunicación, incluyendo los de ámbito digital. Resulta más que obvia la íntima relación entre el deporte y el entretenimiento, así como su capacidad para aglutinar y movilizar audiencias.

Como se ha comentado a lo largo del informe, el cambio tecnológico es uno de los motivos por

los que era necesaria una nueva Ley del Deporte. Los medios de comunicación tradicionales cuentan hoy con nueva competencia. Los grandes actores tecnológicos y los operadores Over The Top (OTT) se están convirtiendo en grandes protagonistas y dinamizadores del mercado de derechos audiovisuales. Suponen una nueva vía de ingresos, un nuevo mecanismo de conexión y, en ocasiones, incluso un nuevo modelo de relación con audiencias distintas a las habituales y que pueden contribuir a acceder a nuevas generaciones que consumen medios tradicionales.

Un claro ejemplo tiene que ver con la emisión de los documentales deportivos en las grandes plataformas de streaming. Se están convirtiendo en un activo de gran valor, ya que facilitan un posicionamiento global que permite multiplicar el alcance y el valor de marca.

El papel de las grandes empresas tecnológicas, por su esencia nativa del medio digital, se antoja fundamental. Su visión del deporte, como producto desde la perspectiva de inversión inteligente, está comenzando a permitir vislumbrar nuevos caminos de generación de valor. Google y la NFL, Apple y la MLS son sólo algunos de los ejemplos, la punta del iceberg de un modelo que va a convertirse en una clara vía de crecimiento.



Capítulo 7

Más que palabras.

Las palabras, en su aparente simplicidad de sonidos o caracteres escritos, encierran un poder inmenso. Son más que simples medios de comunicación; representan el fundamento que permite expresar ideas, emociones y pensamientos. Su relevancia radica en la habilidad para conectar mentes, transmitir información y, aún más significativo, para dar forma a la percepción de la realidad.

El lenguaje, como herramienta esencial de comunicación, juega un papel fundamental en la transmisión de valores, conocimientos y experiencias. Las palabras no describen meramente el mundo circundante, sino que también influyen profundamente en cómo se comprende y en la interacción con él. Filósofos como John Searle sostienen que el lenguaje no se limita a describir hechos, sino que, a través de los actos de habla, también construye realidades y relaciones sociales.

Para comprender y apreciar la riqueza del lenguaje, es necesario explorar cómo las palabras no solo reflejan, sino también configuran la realidad. Cada palabra, cada matiz, puede influir en cómo se percibe el mundo y en cómo las personas se perciben unas a otras. Y es que, además, el lenguaje es un faro de evolución cultural, una ventana a la diversidad de pensamientos y experiencias que conforman la humanidad de las personas. En este sentido, desvelar la importancia de las palabras es desentrañar los hilos que vertebran el tejido social y la comunicación misma.

Las palabras no solo se limitan a describir la realidad, sino que también ejercen una influencia profunda en su configuración. Lo que resulta sumamente fascinante es que esta influencia no es uniforme, sino que puede variar significativamente

según el idioma y las estructuras lingüísticas empleadas.

Si se toma, por ejemplo, el concepto del género gramatical, un elemento puede tener un impacto sorprendente en la forma en que se percibe el entorno. Lera Boroditsky, psicóloga cognitiva, realizó un experimento revelador que puso de manifiesto cómo el lenguaje puede esculpir la percepción de la realidad. A través de la asignación de género gramatical a las palabras, personas de distintos idiomas pueden asociar cualidades estereotipadas de género a objetos cotidianos. Un ejemplo notorio es el término «puente». En alemán, donde se le asigna un género gramatical femenino, los hablantes tienden a describirlos utilizando palabras que evocan cualidades femeninas, como «hermoso» y «elegante». Por otro lado, en español, donde es gramaticalmente masculino, las descripciones se inclinan hacia cualidades consideradas masculinas, como «fuerte» y «largo».

Son estos matices los que enriquecen la comprensión del lenguaje utilizado. Para obtener una información más cuantitativa, se ha realizado un análisis de todas las reflexiones realizadas durante las tres jornadas, ya que estas contienen las expresiones verbales de cada participante y, por consiguiente, las intenciones y significados implícitos en sus palabras. Este análisis otorga la capacidad de identificar patrones, tales como los términos más recurrentes y las emociones que se reflejan en los debates. Se trata, por tanto, de un análisis cuantitativo de las palabras utilizadas que busca complementar. En su conjunto, esta aproximación brinda una comprensión complementaria y, por ende, más completa de las sesiones y, en última instancia, del futuro del deporte español.



Pau Gasol, 2019.

“El deporte es una poderosa herramienta para transmitir valores. A través de la práctica, he adquirido la capacidad de sacrificio, esfuerzo, trabajo en equipo, comunicación, respeto, humildad, perseverancia y constancia” .

La metodología de análisis aplicada permite ir más allá de la importancia de las palabras empleadas (deporte, herramienta, poderosa, valores, sacrificio, etc.). De esta forma es posible desenrañar los sentimientos y emociones implícitos, comprendiendo no solo lo que dice, sino también lo que siente y cómo estas emociones contribuyen al mero hecho de comunicar.

Las palabras de Pau Gasol irradian una fuerte positividad. De acuerdo con el algoritmo utilizado son positivas en un nivel del 92%. Además, las emociones detectadas en este caso se centran principalmente en la admiración y la aprobación, abarcando una parte significativa del espectro emocional, mientras que el resto podría considerarse insignificante.

Sin embargo, si la frase hubiera sufrido una pequeña modificación al omitir la expresión «muy potente», el análisis de sentimientos mostraría un matiz positivo menor (disminuye un 18%), aumentando el sentimiento neutral. En esta variante, las emociones preeminentes serían la satisfacción y la aprobación. Nótese que el sentimiento de admiración que Pau Gasol experimenta hacia el deporte en la frase original no estaría presente en las emociones predominantes en la segunda versión.

7.1. Identificación de términos clave.

En el corazón de cualquier discusión, debate o sesión, las palabras desempeñan un papel fundamental. Son las herramientas con las que se construyen argumentos, expresan ideas y comunican pensamientos. ¿Qué términos se repiten

con mayor insistencia en las discusiones? ¿Cuáles son las palabras que definen los temas clave y las cuestiones más apremiantes?

[Tabla #01: Términos clave]: Página 130-131.

Entre las 25 palabras más usadas en el conjunto de las tres sesiones, se ha identificado un conjunto de términos que parecen destacarse como los más relevantes. Estas palabras ofrecen una visión sobre los temas, conceptos o ideas que se han abordado de manera recurrente:

- Predominancia de verbos: los verbos son pilares fundamentales en cualquier forma de discurso. En las transcripciones de las tres jornadas de trabajo, destacan con fuerza palabras como «hacer», «decir», «creer», «ver», «hablar», «dar» y «tener». Esta prominencia, revela una marcada inclinación hacia la acción.
- Palabras relacionadas con el deporte: como es entendible, palabras relacionadas con el deporte se encuentran entre las más repetidas: «deporte», «deportivo/a», «actividad» y «físico/a».
- Palabras específicas revelan las áreas de enfoque en cada debate:

Nuevo marco normativo: se observa una prevalencia de palabras relacionadas con asuntos legales y deportivos, lo que incluye términos como «ley», «deportista», «derecho», «federación», «ámbito» y «seguro». Estos términos sugieren un enfoque particular en temas legales y actividades deportivas en esa región. Los verbos «decir» y «hacer» continúan siendo los más empleados en términos generales, pero es notable que «hablar»

ocupa una posición mucho más prominente entre los términos más utilizados en relación con las otras temáticas y la media general. Existe una relación entre los términos que distinguen esta jornada de otras. Buena parte del debate mantenido tiene que ver con la realidad de desarrollar el marco normativo que la nueva Ley del Deporte propone.

Ciudadanía activa y territorio sostenible: se destaca la actividad física y explorar aspectos demográficos, lo que refleja interés en la salud, la composición y hábitos poblacionales. Las palabras más repetidas incluyen «actividad física», «dato», «niño/a», «activo/a», «tiempo» y «población. El verbo «tener» destaca notoriamente en contraste con los otros dos debates, ya que no figura entre las palabras más recurrentes en ninguno de ellos. En este caso, los verbos destacados, combinados con los otros términos reflejan claramente los temas tratados en cuanto a tener que fomentar y desarrollar políticas orientadas al fomento de la actividad física, la importancia particular en el ámbito de la infancia, etc.

El deporte como fenómeno económico: en esta ocasión, los términos clave se encuentran dominados por aspectos como «gente», «evento», «nivel», «dato», «trabajo» y «generar». Los verbos «trabajar,» «generar,» y «venir» son significativos, ya que no se mencionan en ninguno de los otros debates, reflejando de forma clara los temas de discusión en este ámbito. La preocupación por la financiación, por la capacidad de generar valor para atraer esa financiación y los distintos modelos de aproximación a la misma.

TOTAL	NUEVO MARCO NORMATIVO.	CIUDADANÍA ACTIVA Y TERRITORIO SOSTENIBLE.	EL DEPORTE COMO FENÓMENO ECONÓMICO.
Hacer #1	Decir	Hacer	Hacer
Decir #2	Hacer	Decir	Deporte
Deporte #3	Deporte	Deporte	Decir
Creer #4	Ley	Físico/a	Deportivo/a
Ver #5	Creer	Ver	Bueno
Bueno #6	Hablar	Entonces	Aquí
Deportivo/a #7	Aquí	Actividad	Ver
Aquí #8	Bueno	Año	Creer
Entonces #9	Deportivo/a	Deportivo/a	Año
Hablar #10	Ver	Dato	Dar
Año #11	Entonces	Bueno	Gente
Bien #12	Deportista	Cosa	Evento
Cosa #13	Derecho	Bien	Importante

Ahora #14	Persona	Aquí	Ahora
Persona #15	Federación	Niño/a	Día
Dar #16	Cosa	Persona	Venir
Actividad #17	Bien	Ahora	Nivel
Luego #18	Ámbito	Creer	Dato
Importante #19	Claro	Activo/a	Hablar
Ley #20	Luego	Tener	Parte
Tener #21	Público/a	Luego	Trabajar
Ahí #22	Ahí	Tiempo	Hoy
Público #23	Año	Población	Luego
Ejempl #24	Seguro	Hablar	Generar
Físico/a #25	Cuestión	Importante	Ejemplo

[Tabla #01: Términos clave].

Frente a la información que ofrecen las palabras más frecuentes en cada jornada, resulta también interesante analizar la información que ofrecen las palabras que son exclusivas de cada una de las temáticas de referencia.

En este sentido, en el contexto del Nuevo marco normativo destacan, fundamentalmente términos como «estatuto», «decreto», «disciplinario/a», «fiscal», «tribunal», «incentivo», «sancionador», «régimen», «sanción», «vigente», «definición», «jurista», «título», «legislador», «interpretación», «proteger», «persona con discapacidad», «asegurado/a», «procedimiento», «excepción», «monopolio», «velar», «exención», «texto», «potestad», «previsión», «hacienda», «manifestar», y «armonización».

Si se presta atención a la temática de «Ciudadanía activa y territorio sostenible», los términos exclusivos tienen que ver con «indicador», «evidencia», «sello», «adherencia», «adolescente», «individuo», «certificación», «sedentarismo», «brecha», «identificado», «ecológico», «gradiente», «primario/a», «pediatra», «racismo» y «suficientemente».

Por último, «El deporte como fenómeno económico» mostró como términos distintos «estación», «ofrecer», «atraer», «vender», «plantilla», «usuario», «vasco», «marketing», «departamento», «cariño», «placa», «valle», «modernidad», «calzado», «cooperativo», «comarca» y «transmitir».

7.2. Análisis de sentimientos y emociones.

Se utilizan las herramientas de análisis de sentimientos para evaluar la polaridad de las frases y debates, además de realizar análisis estadísticos y visualizaciones de palabras asociadas a diferentes emociones.

Al aplicar el algoritmo para extraer la distribución de los sentimientos en cada frase (positivo, negativo y neutral), se obtiene una distribución en la que la suma total siempre equivale a 1¹.

En lo que respecta a las emociones, se emplea un modelo pre-entrenado para calcular la distribución de 28 emociones. De manera similar al modelo de sentimientos, esto resulta en una distribución entre las 28 emociones, siempre con una suma total equivalente a 1².

[Tabla #02: Sentimientos por jornada]: Página 134.

[Tabla #03: Emociones por jornada]: Páginas 136 y 137.

[Tabla #04: Sentimientos por debate]: Páginas 138,139 y 140.

1 Esto ocurre en el caso de una frase individual. Al calcular medias relativas a conjuntos de frases dicha suma igual a 1 ya no tiene lugar.

2 Esto ocurre en el caso de frase individual. Al calcular medias relativas a conjuntos de fraudes dicha suma igual a 1 ya no tiene lugar.

SENTIMIENTO	NEUTRAL	POSITIVO	NEGATIVO
Total	0,574	0,269	0,156
Nuevo marco normativo.	0,591	0,232	0,177
Ciudadanía activa y territorio sostenible.	0,582	0,25	0,167
El deporte como fenómeno económico.	0,538	0,35	0,112

[Tabla #02: Sentimientos por jornada].



EMOCIÓN	TOTAL	NUEVO MARCO NORMATIVO.	CIUDADANÍA ACTIVA Y TERRITORIO SOSTENIBLE.	EL DEPORTE COMO FENÓMENO ECONÓMICO.
Neutral	0,614	0,609	0,636	0,595
Aprobación	0,117	0,122	0,103	0,126
Gratitud	0,046	0,046	0,03	0,065
Confusión	0,03	0,036	0,026	0,023
Admiración	0,029	0,021	0,034	0,036
Curiosidad	0,028	0,025	0,032	0,027
Desaprobación	0,026	0,034	0,023	0,016
Optimismo	0,022	0,019	0,022	0,027
Realización	0,021	0,02	0,022	0,021
Decepción	0,01	0,008	0,013	0,01
Deseo	0,01	0,009	0,009	0,012
Afecto	0,008	0,007	0,009	0,009
Alegría / Júbilo	0,007	0,006	0,009	0,007
Molestia	0,006	0,007	0,007	0,005
Emoción / Entusiasmo	0,005	0,004	0,004	0,007

Tristeza	0,004	0,005	0,005	0,003
Remordimiento	0,004	0,006	0,002	0,002
Amor	0,003	0,004	0,003	0,003
Sorpresa	0,003	0,002	0,002	0,003
Miedo	0,002	0,003	0,001	0,001
Diversión	0,001	0,002	0,001	0,001
Alivio	0,001	0,001	0,001	0,001
Enfado	0,001	0,001	0,001	0,001
Nerviosismo	0,001	0,001	0,001	0
Disgusto / Asco	0,001	0,001	0,001	0,001
Orgullo	0,001	0	0,001	0,001
Vergüenza	0,001	0	0,001	0
Duelo / Pena	0	0	0	0

[Tabla #03: Emociones por jornada].

SESIÓN	TEMÁTICA / DEBATE	NEGATIVO	NEUTRAL	POSITIVO
	Media	0,156	0,574	0,269
Apertura de las jornadas	Apertura de la jornada.	0,088	0,467	0,445
Explicación de la plataforma de debate digital.	Explicación de la plataforma de debate digital.	0,077	0,636	0,287
Nuevo marco normativo.	Desarrollo del Real Decreto de Federaciones y Entidades Deportivas.	0,157	0,570	0,273
Nuevo marco normativo.	Desarrollo del Real Decreto de Seguro Deportivo.	0,251	0,542	0,207
Nuevo marco normativo.	Desarrollo del Real Decreto de Disciplina y Régimen Sancionador.	0,214	0,590	0,196
Nuevo marco normativo.	Análisis, implicaciones, desarrollo conceptual y jurídico del concepto de «Actividad esencial de la práctica deportiva».	0,139	0,617	0,244
Nuevo marco normativo.	Desarrollo del Real Decreto del Estatuto del Deportista.	0,163	0,668	0,168
Nuevo marco normativo.	Desarrollo del orden electoral de las Federaciones.	0,188	0,632	0,180
Nuevo marco normativo	Borrador de la Ley de Financiación del Deporte.	0,182	0,591	0,227

Ciudadanía activa y territorio sostenible.	La sociedad española: una estructura sociodemográfica, socioeconómica y cultural diversa, y sus implicaciones para el ecosistema del deporte y sus agentes.	0,151	0,657	0,192
Ciudadanía activa y territorio sostenible.	La importancia del deporte en un modelo de país inspirado en la Agenda 2030.	0,198	0,585	0,217
Ciudadanía activa y territorio sostenible.	La práctica deportiva como elemento central de la promoción de la salud.	0,188	0,602	0,210
Ciudadanía activa y territorio sostenible.	El deporte como pilar estratégico del modelo educativo.	0,165	0,560	0,275
Ciudadanía activa y territorio sostenible.	El deporte como acelerador de inclusión social.	0,166	0,582	0,252
Ciudadanía activa y territorio sostenible.	La ciudadanía activa y el impacto de los entornos físicos en la promoción del comportamiento activo.	0,157	0,617	0,226
El deporte como fenómeno económico.	Homenaje y entrega de placa a Paloma del Río por parte de Víctor Francos, presidente del Consejo Superior de Deportes.	0,031	0,411	0,558
El deporte como fenómeno económico.	Impacto económico del deporte y futuro.	0,143	0,554	0,303
El deporte como fenómeno económico.	Eventos deportivos. Mucho más que mero espectáculo.	0,117	0,582	0,301

[Tabla #04: Sentimientos por debate]. *Parte 1/2.

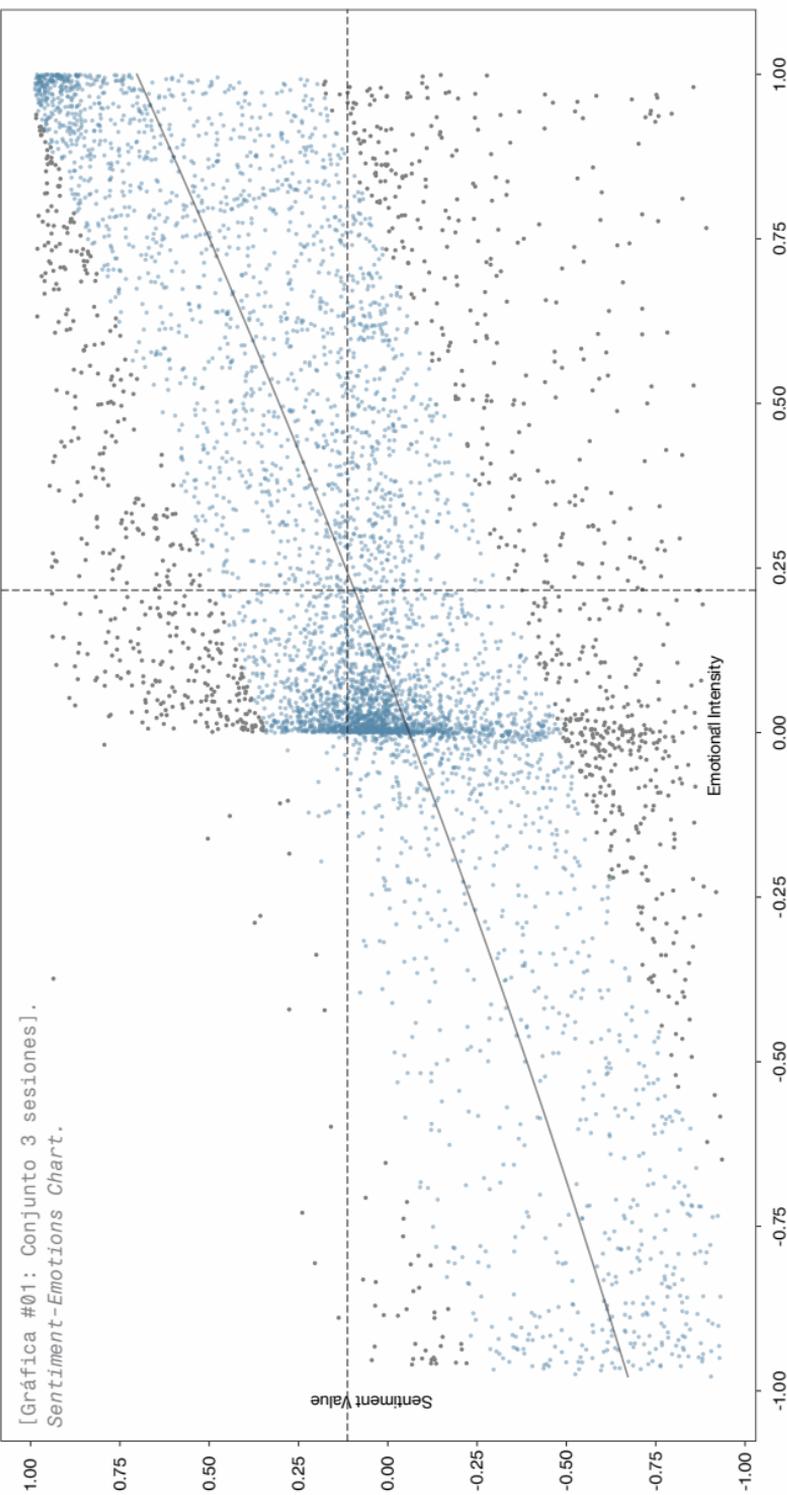
SESIÓN	TEMÁTICA / DEBATE	NEGATIVO	NEUTRAL	POSITIVO
El deporte como fenómeno económico.	Digitalización del deporte.	0,105	0,536	0,359
El deporte como fenómeno económico.	Materiales, tecnología y producto deportivo Made in Spain.	0,126	0,546	0,329
El deporte como fenómeno económico.	Turismo deportivo, rearme y expansión. Destinos y experiencias.	0,111	0,491	0,398
El deporte como fenómeno económico.	Experiencias, organizaciones y casos de éxito.	0,096	0,583	0,322
Clausuras de las jornadas.	Conclusiones de la jornada.	0,048	0,433	0,519
Clausuras de las jornadas.	Clausura de la jornada.	0,120	0,518	0,363

[Tabla #04: Sentimientos por debate]. *Parte 2/2.

Si se desea representar de manera efectiva los resultados del análisis de sentimientos y emociones, se utiliza un gráfico de burbujas. En este gráfico, el eje vertical representa el valor del sentimiento, que es un indicador de la polaridad general del texto (un valor de 1 indica un sentimiento extremadamente positivo, un valor de 0 denota neutralidad y un valor de -1 señala un sentimiento extremadamente negativo). El eje horizontal representa la intensidad emocional. Esta métrica evalúa la profundidad emocional y la complejidad del texto, considerando tanto las emociones positivas como las negativas y se basa en la clasificación de las emociones y, sobre todo, en la diferencia entre las emociones positivas y negativas.

Visualmente, en el gráfico, cada frase se representa como una burbuja ubicada según su valor de sentimiento e intensidad emocional. Las frases más negativas y aquellas con una polaridad emocional hacia lo negativo, como la confusión, la desaprobación o la decepción, se encuentran en el lado inferior-izquierdo del gráfico. Por otro lado, las frases más positivas y emocionalmente intensas hacia lo positivo, como la aprobación, la gratitud y la admiración, se sitúan en la parte superior-derecha del gráfico. Aquí se encuentran los agradecimientos, los saludos, los elogios a los participantes y ponentes, así como las despedidas.

Al observar el gráfico que muestra todas las intervenciones de las tres sesiones, se observa que muchas frases se encuentran en la zona central del gráfico, lo que indica neutralidad y falta de contraste entre emociones positivas y negativas. En promedio, según los valores numéricos, es

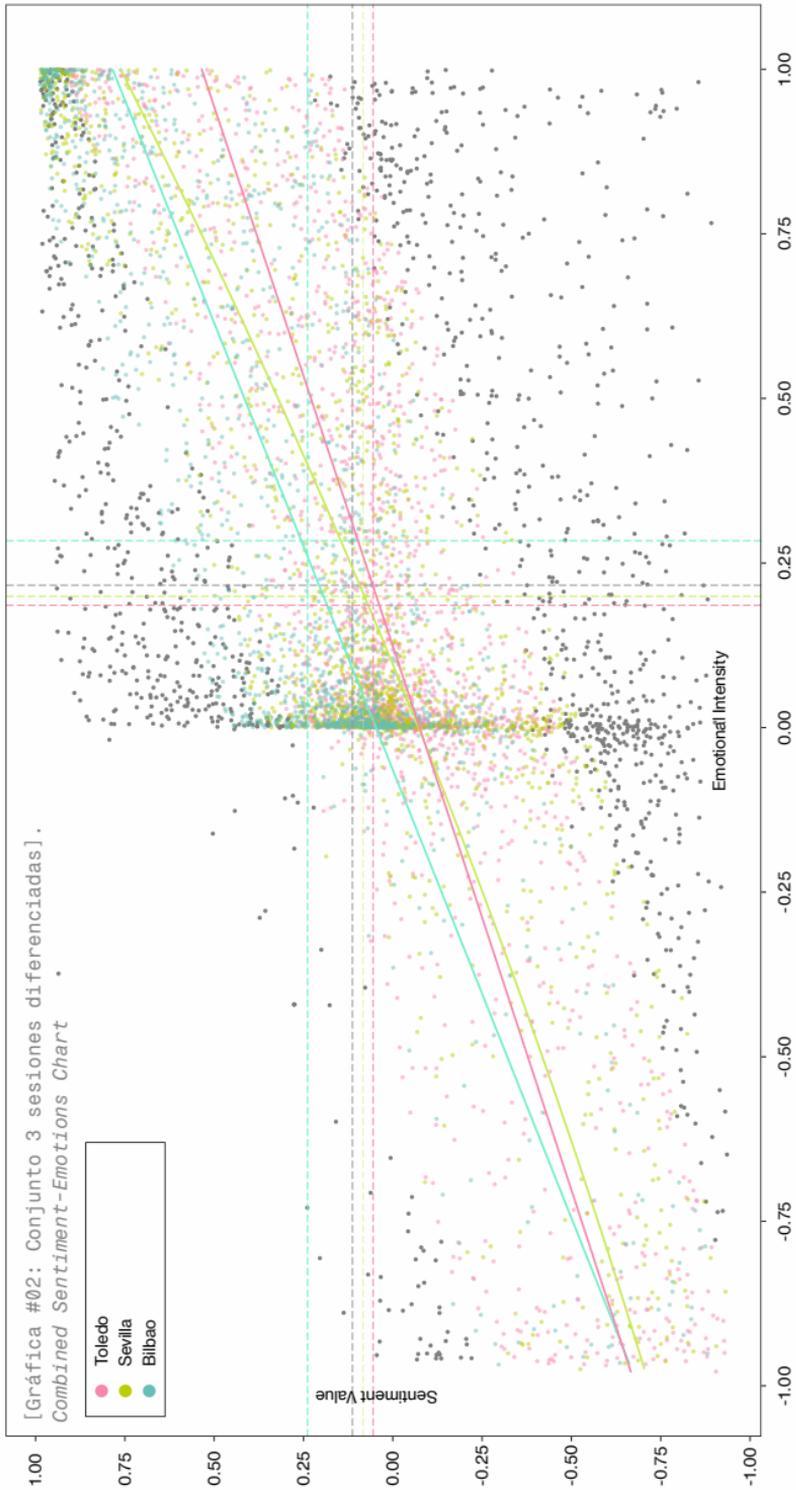


posible concluir que las tres sesiones fueron más positivas que negativas y mostraron una mayor intensidad emocional hacia sentimientos positivos. Es común que exista una relación entre sentimientos positivos y emociones orientadas hacia lo positivo, lo cual se refleja en el gráfico mediante burbujas azules que representan esta coherencia, mientras que las burbujas grises pueden considerarse emocionalmente ambiguas en relación a su valor de sentimiento.

[Gráfica #02: Conjunto 3 sesiones diferenciadas]: Página 144.

En esta versión del gráfico, se emplean las mismas burbujas que en la versión anterior, pero se diferencian según la sesión en la que se realizaron. Las intervenciones hechas en la jornada de Toledo, «Nuevo marco normativo», están representadas en color rosa. Las intervenciones en la sesión de Sevilla, titulada «Ciudadanía activa y territorio sostenible», se muestran en un tono verde-amarillo, mientras que las intervenciones en la sesión de Bilbao, «El deporte como fenómeno económico», se representan en un tono azul-verde.

Como se puede observar, en relación con las medias generales de todas las frases, la desarrollada en Bilbao fue la más positiva, mientras que la organizada en Toledo fue la más negativa. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la inclinación de las líneas que van desde la parte inferior-izquierda hasta la superior-derecha representan la tendencia para cada sesión. A pesar de que la sesión de Toledo, en promedio, tuvo un tono más negativo, no fue el evento que recibió la mayor cantidad de frases emocionalmente negativas. Sin embargo, en comparación con las otras dos



sesiones, fue indiscutiblemente la menos positiva.

[Gráfica #03: Nuevo marco normativo]: Página 146.

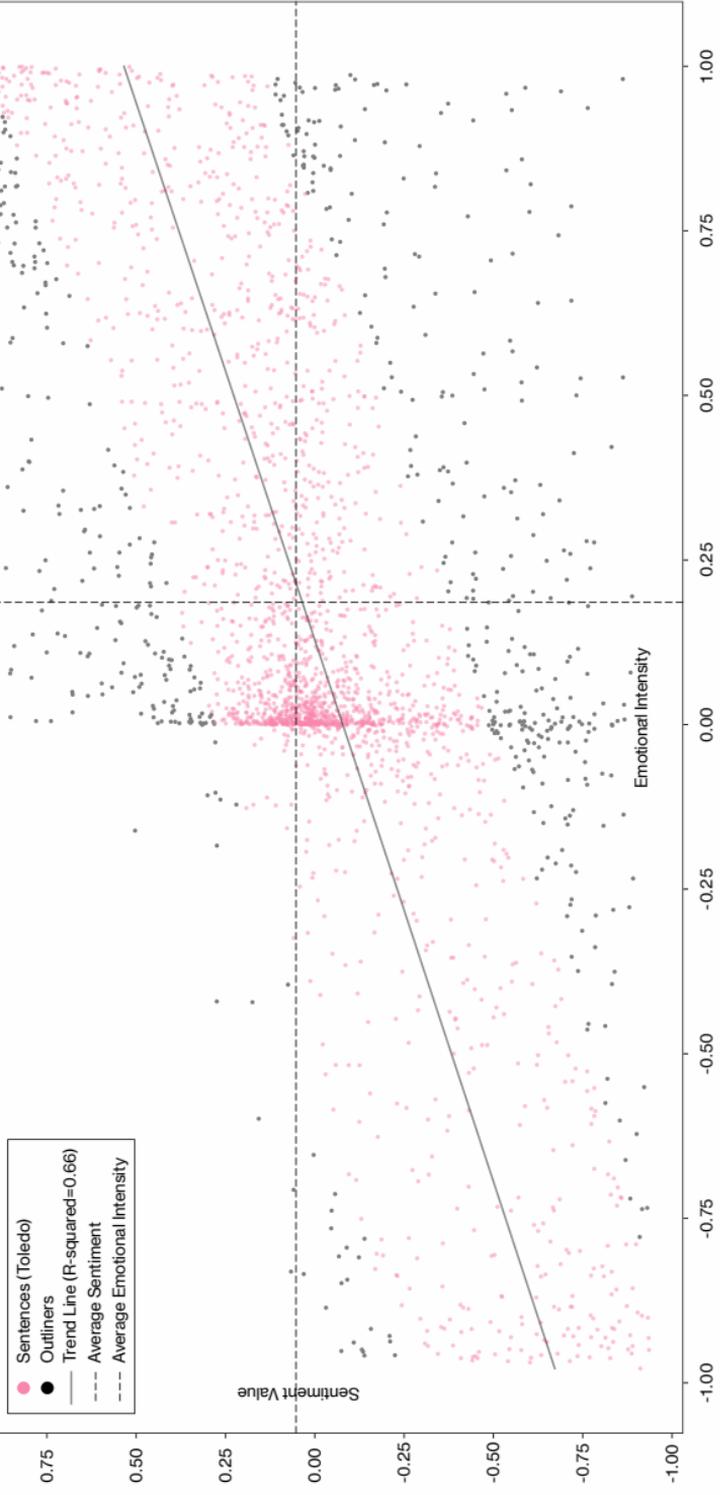
Finalmente, en el análisis de los gráficos específicos para cada sesión, en el caso de la sesión «Nuevo marco normativo», se observa que la mayoría de las frases se agrupan alrededor de la neutralidad, con promedios cercanos al valor 0 en ambas dimensiones. La línea de tendencia que se menciona anteriormente resulta ser menos reveladora en comparación con las otras sesiones, lo que indica una mayor ambigüedad emocional en esta sesión. En otras palabras, esta línea que muestra la dirección general de las emociones es menos definida en esta sesión, lo que sugiere que las expresiones de los participantes no siguieron una tendencia emocional clara, sino que son más diversas y equilibradas en términos de emociones positivas y negativas.

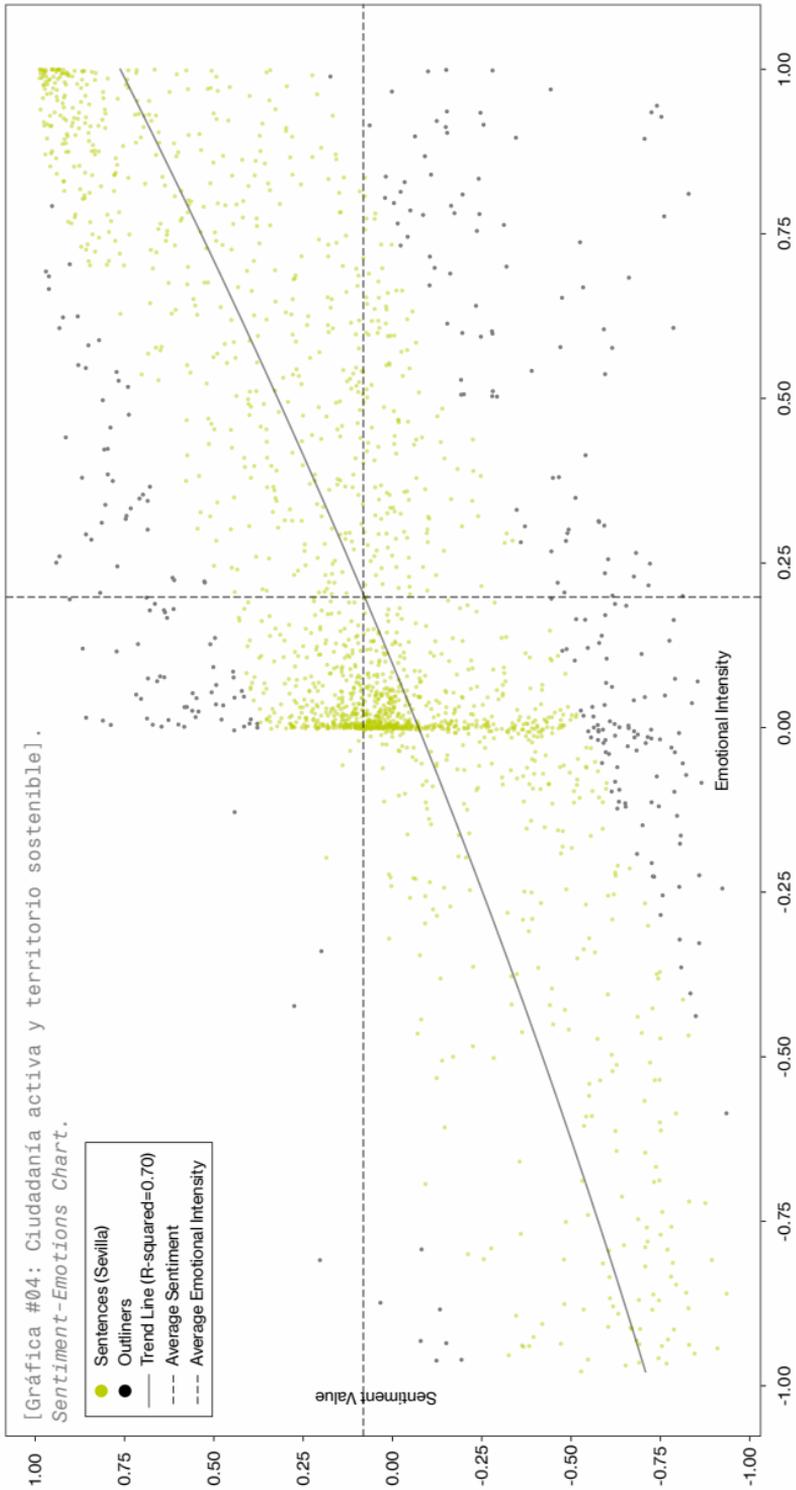
[Gráfica #04: Ciudadanía activa y territorio sostenible]: Página 147.

Al examinar el gráfico para la sesión de Sevilla, «Ciudadanía activa y territorio sostenible», es interesante notar que la distribución de los datos parece estar menos concentrada en las esquinas y más dispersa en el centro. Esto sugiere la presencia de una variedad más amplia de oraciones, con diferentes niveles de emoción y sentimiento. Sin embargo, aún es evidente una acumulación de datos cerca del punto neutral en el gráfico, lo que indica que muchas de las oraciones expresan un tono neutral en términos de sentimiento.

[Gráfica #05: El deporte como fenómeno económico]: Página 149.

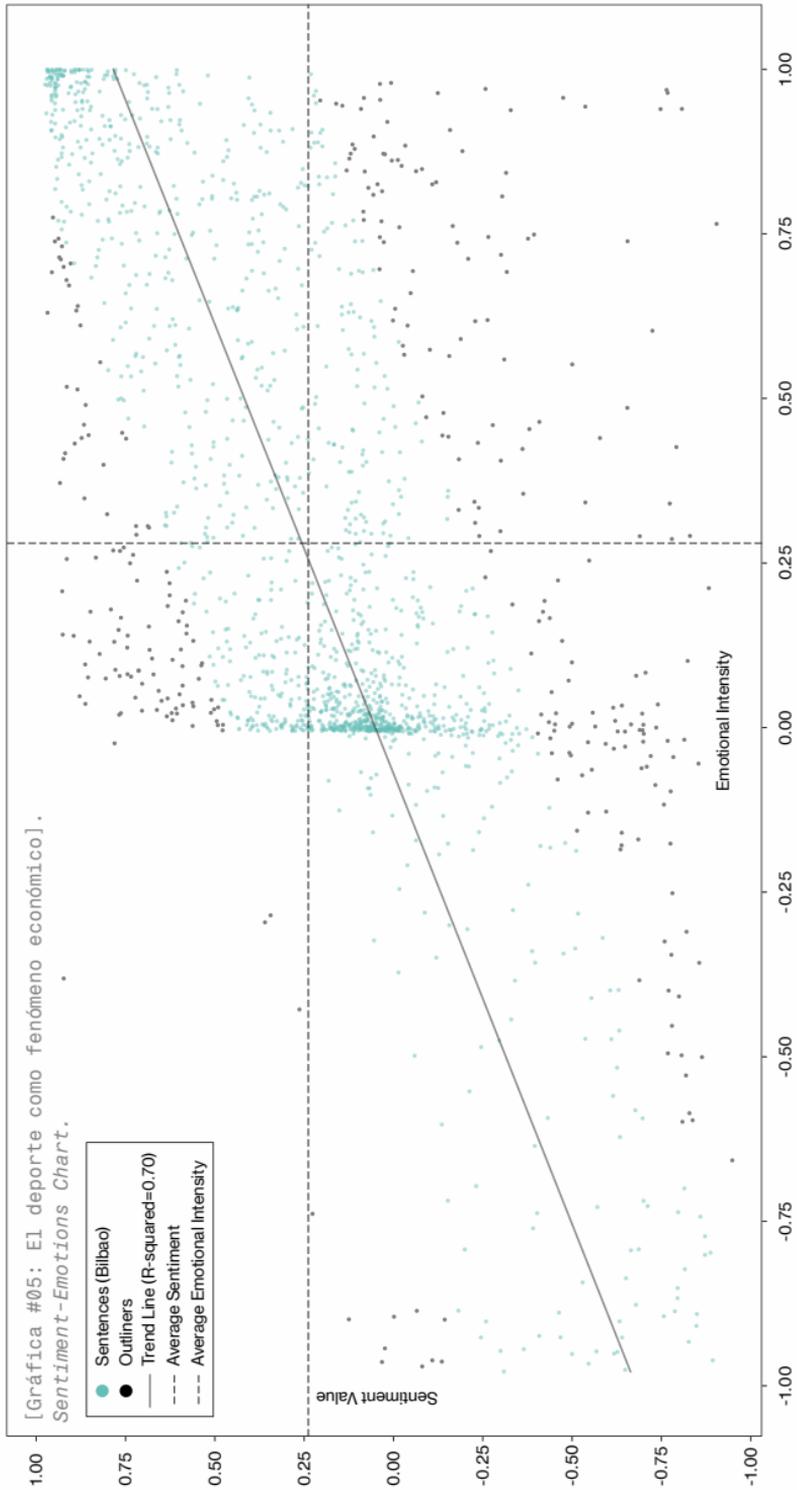
[Gráfica #03: Nuevo marco normativo].
Sentiment-Emotions Chart.





Y, por último, en el caso de la sesión «El deporte como fenómeno económico», que tuvo lugar en Bilbao, los datos muestran una distribución más densa y centrada en la parte superior derecha del gráfico. Esto indica que predominan las expresiones más positivas y emocionalmente polarizadas hacia emociones que se consideran como positivas. Aunque todavía existe cierta concentración alrededor de la neutralidad, se observa una inclinación hacia oraciones con sentimientos y emociones más positivos y fuertes.

Hasta este punto, se ha transcrito un total de 7.340 frases y se han analizado todas ellas minuciosamente. Cada una de estas frases ha sido sometida a un proceso de análisis que ha permitido generar información sobre su intensidad emocional y valor sentimental. Estos resultados han sido representados en los gráficos bidimensionales que se han presentado hasta ahora. No obstante, es claro que no todas las frases poseen igual relevancia en los debates realizados. Los saludos, introducciones a los debates o frases breves y carentes de contenido deben ser separados, dejando de lado aquellas expresiones que mejor reflejan lo discutido a lo largo de las tres jornadas. De esta manera, se han seleccionado automáticamente las frases principales, aquellas que mejor sintetizan y describen las discusiones, con el propósito de presentarlas en un formato menos analítico y más visual. Esto permitirá ofrecer una representación más efectiva de la posición emocional y sentimental de cada frase en las distintas sesiones.



7.3. Metodología.

El análisis de debates políticos reviste una importancia primordial en el ámbito de la ciencia política, los estudios de comunicación y una amplia gama de disciplinas interconectadas. Esta práctica proporciona a investigadores, analistas y responsables de la toma de decisiones una ventana de comprensión esencial para adentrarse en la retórica, el discurso y las palabras empleadas por los actores políticos de relevancia. La presente propuesta metodológica se erige como un marco destinado a la evaluación exhaustiva de debates políticos, sustentado principalmente en el empleo de grabaciones transcritas como fuente de datos primordial.

En este contexto de las jornadas, se abordará la necesidad de realizar un estudio exhaustivo de los contenidos tratados en las sesiones de «Es De Futuro», un espacio de debate organizado por la Fundación Deporte Joven, que alberga numerosas horas de coloquios, con múltiples intervenciones y participación de ponentes que intercambiaron impresiones acerca del futuro del deporte en España. Nuestra metodología busca ofrecer una solución que permita llevar a cabo este análisis sin tener que dedicar una gran cantidad de recursos y tiempo en la transcripción y el análisis manual. En cambio, se aprovecharán herramientas de Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP, por sus siglas en inglés) para llevar a cabo este trabajo de manera más eficiente, proporcionando un enfoque cuantitativo y aportando una nueva perspectiva a los resultados de estos debates. Además, se tomará como inspiración trabajos previos que han

desarrollado metodologías para analizar debates parlamentarios e intervenciones políticas, ya que el caso de «Es De Futuro» comparte similitudes con un debate político, dado que en estas sesiones de trabajo diversos participantes aportan sus puntos de vista sobre los temas introducidos por los moderadores.

La motivación principal para desarrollar esta metodología surge de la necesidad de analizar las extensas sesiones de debates en «Es De Futuro». Estas sesiones, que tienen una duración de varias horas y contienen numerosas intervenciones, presentan un nivel de complejidad considerable. Además, al estar estructuradas mediante una escaleta que aborda diversos temas a tratar, se requiere una aproximación que enriquezca los análisis convencionales. Esto implica no solo la obtención de transcripciones precisas de los discursos en las sesiones, sino también la adición de un componente cualitativo al análisis textual. Este enfoque busca proporcionar a los analistas una perspectiva más completa y enriquecida de las sesiones de debate, superando los desafíos inherentes a la complejidad de estos eventos.

El propósito fundamental de esta metodología es elaborar el análisis de manera eficiente, eliminando la necesidad de realizar una inversión significativa en recursos para la transcripción y el análisis manual de todo el contenido. En lugar de este enfoque tradicional, se busca aprovechar las capacidades del Procesamiento del Lenguaje Natural (NLP) para llevar a cabo esta tarea de manera más ágil y precisa. Al mismo tiempo, se pretende aportar un enfoque cuantitativo, enriqueciendo la interpretación de los datos y facilitando una comprensión más profunda de las sesiones de

debate en «Es De Futuro».

En consecuencia, los objetivos de esta metodología pueden ser definidos de la siguiente manera:

1. Llevar a cabo un análisis exhaustivo y eficiente de extensos conjuntos de datos de audio, permitiendo una comprensión profunda de la información contenida en dichos registros.
2. Reducir la necesidad de intervención humana en el proceso de transcripción manual de audio, optimizando la automatización y la precisión en la conversión de contenido oral a texto escrito.
3. Adquirir información de alto valor y proporcionar orientación fundamentada en datos, aspectos que los analistas no podrían homogeneizar de manera eficiente, mientras que los sistemas basados en datos pueden realizar esta tarea de manera automática y uniforme. Esto se refleja en procesos como el análisis de sentimientos y emociones, así como en la tokenización, lematización y eliminación de las palabras irrelevantes en cada texto.
4. Aplicar técnicas avanzadas de *Big Data* y Procesamiento del Lenguaje Natural (NLP) para el procesamiento y análisis de datos, permitiendo el manejo eficaz de volúmenes masivos de información y la identificación de patrones y tendencias significativas.
5. Crear representaciones visuales de los resultados obtenidos, ofreciendo una presentación clara y comprensible de los hallazgos para facilitar la toma de decisiones informadas y la comunicación efectiva de los resultados del análisis.

Con todo, se ha establecido un proceso sistemático para extraer conclusiones cuantitativas, es decir, basadas en datos numéricos, a partir de eventos y sesiones llevados a cabo en el programa «Es De Futuro». Este enfoque se puede aplicar de manera efectiva a cualquier sesión grabada en la que se busquen obtener conclusiones de naturaleza similar.

Fases de trabajo.

Los debates y discursos son una fuente valiosa de información que refleja opiniones, argumentos y perspectivas sobre una amplia gama de temas. Sin embargo, analizar y extraer conocimiento significativo de estas discusiones puede ser un desafío considerable debido a la diversidad de voces, temas y emociones involucradas. Para abordar este reto, se ha desarrollado una metodología integral que combina la tecnología de procesamiento de lenguaje natural con la supervisión manual, la recopilación de datos y el análisis cuantitativo y cualitativo.

La metodología consta de varios pasos interconectados que abarcan desde la transcripción de audios hasta la identificación de palabras y expresiones clave, así como el análisis de sentimientos y emociones. Este enfoque permite una comprensión profunda de los debates y discursos, destacando no solo las tendencias en el contenido, sino también las emociones subyacentes.

En resumen, esta metodología se estructura en los siguientes pasos:

1. Transcripción de los audios: se inicia el proceso convirtiendo los debates en formato de audio en texto escrito utilizando un modelo de «audio-to-speech» basado en la tecnología avanzada desarrollada por OpenAI y accesible a través de una API. Esta transcripción precisa

y automatizada representa el punto de partida esencial del análisis, permitiendo abordar de manera eficaz la comprensión y extracción de información de los debates y discursos que se abordan en esta metodología.

2. Corrección manual de las transcripciones: para garantizar la precisión y calidad de las transcripciones, se lleva a cabo una revisión manual, corrigiendo posibles errores y asignando nombres a los ponentes. El modelo identifica a los diferentes oradores; sin embargo, no asigna nombres a cada uno de ellos. Esta tarea de asignación de nombres debe realizarse de manera manual, como parte de nuestro proceso.
3. Limpieza de los datos: se preparan los datos para su análisis al dividir el texto en frases, organizándolas por ponente, debate y tema, de acuerdo con las escaletas de los eventos. Durante este proceso, se eliminan signos de puntuación y caracteres innecesarios para garantizar la calidad de los datos y facilitar un análisis más efectivo. En el proceso de transcripción y análisis de los tres eventos que se llevaron a cabo, se ha obtenido el siguiente número de frases transcritas para cada ubicación:

En Toledo, se generaron un total de 3.110 frases a partir de la transcripción de los eventos.

En Sevilla, se obtuvieron 2.265 frases mediante el proceso de transcripción.

En Bilbao, se transcribieron 1.965 frases.

4. Identificación de entidades: se utilizan tecnología y modelos avanzados de Reconocimiento de Entidades Nombradas (NER) para etiquetar

nombres de personas, organizaciones, lugares y otras entidades en el texto. Esta información enriquece el análisis al permitir identificar y categorizar de manera precisa las entidades clave presentes en los debates y discursos, lo que a su vez contribuye a un mayor entendimiento de los temas y participantes involucrados en dichas discusiones.

5. Pre-procesado del texto, previo al análisis cuantitativo: se homogeniza el texto, convirtiéndolo a minúsculas; se eliminan las palabras vacías (stopwords), que son palabras que se repiten, pero no aportan información semántica a las oraciones, y se aplica la lematización. La lematización consiste en extraer la raíz de las palabras. Ello permite considerar las palabras conjugadas, en plural o en sus variaciones como un único ente, simplificando así el análisis y la interpretación del texto.
6. Traducción del texto, preparado del texto para aplicar modelos de identificación de sentimientos y emociones: se traduce el texto al inglés, lo cual es un paso esencial para la aplicación de modelos avanzados de identificación de sentimientos y emociones. Hasta el momento de la implementación de esta metodología, no existen modelos de identificación de sentimientos y emociones tan específicos y efectivos disponibles en soluciones en español. La traducción sirve como un paso intermedio que permite obtener la información necesaria para llevar a cabo un análisis detallado y preciso de las emociones y sentimientos expresados en el texto.
7. Extracción de sentimientos y emociones: se utilizan herramientas de análisis de sentimien-

tos para evaluar la polaridad de las frases y debates, además de realizar análisis estadísticos y visualizaciones de palabras asociadas a diferentes emociones.

Sentimientos: en cada frase, se identifican los sentimientos expresados a través del análisis de las palabras utilizadas, categorizándolos en positivos, negativos y neutros. El modelo³ asigna una proporción a estos tres sentimientos, asegurando que la suma de las proporciones sea siempre igual a 1, lo que origina una comprensión detallada de la gama de emociones presentes en el texto.

Emociones: en cada frase, se identifica una amplia variedad de emociones, que abarcan desde la neutralidad y aprobación hasta la tristeza, el amor, el miedo, la alegría y otras. Este análisis categoriza las emociones presentes en el texto, proporcionando una visión detallada de las respuestas emocionales expresadas en los discursos y debates. Estas emociones incluyen neutral, aprobación, gratitud, confusión, admiración, curiosidad, desaprobación, optimismo, realización, decepción, deseo, cuidado, alegría, irritación, emoción, tristeza, remordimiento, amor, sorpresa, miedo, diversión, alivio, enojo, nerviosismo, disgusto, orgullo, vergüenza y pesar,

3 Para llevar a cabo estas tareas de análisis de sentimientos, se emplea un modelo pre-entrenado altamente especializado, denominado «cardiffnlp/twitter-roberta-base-sentiment-latest». Este modelo ha sido previamente entrenado en un amplio conjunto de datos de tweets y se ha adaptado específicamente para la tarea de análisis de sentimientos.

entre otras. El modelo⁴ asigna proporciones a estas emociones, lo que permite cuantificar y comprender la diversidad emocional en el discurso, y facilita un análisis más profundo y significativo. La suma de la proporción de estas emociones siempre equivale a 1, lo que garantiza que cada expresión esté adecuadamente ponderada en función de su contribución a las diferentes emociones presentes en el texto.

8. **Análisis de sentimientos y emociones:** de los sentimientos y emociones identificados, se analizan los resultados calculando los valores promedio para cada tema, orador o evento. El resultado final se resume en dos valores matemáticos obtenidos a partir de los datos proporcionados por el modelo⁵:

4 Para llevar a cabo estas tareas de análisis emocional, se emplea un modelo pre-entrenado altamente especializado, denominado «SamLowe/roberta-base-go_emotions». Este modelo se ha entrenado a partir del modelo base «roberta-base» utilizando el conjunto de datos go_emotions. Es importante destacar que este modelo es capaz de realizar una clasificación multi-etiqueta, lo que significa que puede asignar múltiples etiquetas de emoción a un texto, reflejando la naturaleza compleja y multifacética de las respuestas emocionales humanas.

5 Ambas métricas ofrecen la posibilidad de representar visualmente cada frase de la transcripción en un mapa 2D. Esta representación gráfica permite realizar comparaciones para identificar qué eventos podrían haber tenido un discurso más negativo o positivo, así como aquellos en los que las emociones se han manifestado de manera más polarizada. Estos mapas proporcionan una visión rápida y efectiva de la dinámica emocional y de sentimientos en las sesiones de debate y eventos analizados, facilitando la identificación de patrones y tendencias a los analistas.

Valor de Sentimiento (*Sentiment Value*): este indicador evalúa la polaridad general del texto, es decir, si predomina una sensación de positividad o negatividad en su tono general. Un valor de sentimiento positivo señala una inclinación hacia la positividad en el contenido, mientras que un valor de sentimiento negativo indica una tendencia hacia la negatividad en el texto analizado. Este valor proporciona información sobre la orientación emocional general del discurso o texto. La métrica del Valor de Sentimiento se representa mediante una puntuación numérica que oscila en el rango de $[-1, 1]$, donde: un valor de 1 denota un sentimiento extremadamente positivo. Un valor de 0 indica neutralidad. Un valor de -1 indica un sentimiento extremadamente negativo. Estos valores permiten cuantificar la orientación emocional general del texto, desde positiva a negativa, brindando una comprensión más precisa de la polaridad del contenido.

Intensidad Emocional (*Emotional Intensity*): es una métrica que evalúa la profundidad emocional y la complejidad del texto, considerando tanto emociones positivas como negativas. Se basa en la clasificación de las emociones presentes en el texto y en la diferencia entre emociones positivas y negativas. La «Intensidad Emocional» brinda la capacidad de analizar cómo las emociones se entrelazan y equilibran en las frases del texto, permitiendo identificar aquellas expresiones de alta intensidad, es decir, aquellas

frases que contienen emociones extremadamente positivas o negativas.

9. Identificación de palabras y expresiones clave: la identificación de palabras y expresiones clave es la última etapa del proceso. En esta fase, se aplicarán técnicas de análisis de texto para detectar n-gramas (pares de palabras), palabras repetidas y expresiones significativas en los debates. Esta etapa completa el análisis cuantitativo, al proporcionar a los analistas información valiosa sobre diversos aspectos. Esto incluye conocer las palabras que se repiten con mayor frecuencia, comprender las relaciones más destacadas entre las palabras recurrentes (identificando con qué otras palabras suelen aparecer) y analizar cómo varían las palabras según el sentimiento expresado en las frases. Este análisis detallado de las palabras y expresiones clave enriquece aún más la comprensión de los debates y eventos en estudio.

