

El Gobierno relanza el plan Universo Mujer para atraer a más patrocinadores

Palco23
23 jun 2016 - 17:27

Nuevo impulso a la presencia de las marcas en el deporte femenino. El Gobierno ha presentado las nuevas líneas de actuación del programa Universo Mujer, con el objetivo de ofrecer un abanico aún más amplio de oportunidades a los patrocinadores. El principal atractivo, como ya sucediera en 2015, seguirá siendo la opción de desgravarse hasta el 90% de la inversión que realicen. Eso sí, ahora ya no sólo será por colaborar con federaciones deportivas.

"A pesar de que la brecha en la práctica deportiva entre hombres y mujeres se ha reducido un 50%, aún queda un trecho importante que recorrer. Es un desafío del CSD y este programa tiene que servir de impulso para invertir esta tendencia", ha indicado hoy Miguel Cardenal, presidente del Consejo Superior de Deportes (CSD). Y el objetivo es ir a más, aunque en los últimos años "se han multiplicado por cuatro, se ha dotado de la máxima unidad administrativa, como es la subdirección general de Mujer y Deporte, con el principal objetivo de aumentar la igualdad efectiva entre hombres y mujeres", según ha explicado.

El nuevo plan estratégico ha sido detallado por Susana Pérez-Amor, subdirectora general de Mujer y Deporte. El mismo abarca distintos ámbitos, que van desde la difusión informativa hasta la formación, lo que permitirá que las empresas puedan involucrarse con el deporte femenino más allá del tradicional patrocinio de un campeonato o una atleta en particular.

La primera línea buscará dar visibilidad a "la mujer líder", con la organización de jornadas de trabajo en empresas y ciclos de conferencias multidisciplinarias, en línea con una actividad que hoy ya realizan deportistas como Rafa Nadal o Javier Gómez-Noya, requeridos por sus *partners* para impartir conferencias de corte inspirador.

También se pretende promover planes de formación y orientación laboral, con sesiones de mentorización y cursos específicos. Ésta es una cuestión importante para asegurar la carrera profesional de estas personas, cuyos emolumentos durante su etapa en activo no son tan elevados como para garantizar la manutención del día después. "Hay que capacitar a las mejores deportistas para que puedan desarrollar un trabajo de la mejor manera posible", indican.

Una fórmula para que los ingresos de las deportistas puedan ir creciendo es su mayor presencia en los medios de comunicación, que acabe redundando en un mayor seguimiento de los aficionados y por lo tanto mayor inversión de operadores de televisión y patrocinadores. La idea, por un lado, es la de promover exposiciones sobre la historia del deporte femenino, así como acciones de divulgación sobre el mismo y los valores que promueve, incluso con un programa de televisión. También se plantea crear la figura del embajador o embajadora de Universo Mujer.

En esta línea de hacer más atractivas y mediáticas las competiciones, se quiere fomentar una sistema de deporte base que se inicie con competiciones formativas en colegios, actividades deportivas populares y el fomento de nuevos formatos deportivos. Ello supondría la generación de los pilares para desarrollar talento y facilitar una mayor presencia de las atletas españolas en competiciones internacionales.

Por último, se abrirá la línea de la responsabilidad social corporativa (RSC), por donde muchas marcas sí están empezando a contar con mayor presupuesto para invertir. "Fomento a la investigación del cáncer, programas sociales de concienciación y ayuda, cooperación internacional, fomento de la igualdad de género, voluntariado" son algunas de las actividades que bajarán en el CSD, según se explicó hoy.