

LaLiga más allá del balón: crea un mapa sobre la RSC del fútbol español

La patronal ha puesto en marcha una iniciativa de *fair play* social, con el objetivo de que todos los equipos se impliquen en la promoción de acciones dentro de sus respectivas comunidades.

Palco23
9 nov 2017 - 10:44

LaLiga más allá del balón: crea un mapa sobre la RSC del fútbol español

El deporte es uno de los canales de transformación social más importantes, y LaLiga quiere poner en valor todo lo que se está haciendo del fútbol español. La fundación de la patronal ha puesto en marcha un mapa para evaluar y dar visibilidad a la responsabilidad social corporativa (RSC) de los equipos, con el objetivo de que también sirva de palanca para aumentar la inversión que destinan a estas acciones.

Este proyecto surge tras constatar que “cuanta más disminución-control de la deuda pública de los clubes, más incremento de su acción social y, a más responsabilidad social mejor impacto sobre los datos económicos”. No obstante, la asociación quiere que no quede en una apuesta circunstancial, por lo que se prevé “elaborar una norma o protocolo de mínimos que convertirá en ley el compromiso del fútbol profesional español”.

El objetivo es conseguir “la legitimación social de la gestión de los clubes”, después de que su imagen se haya visto seriamente dañada por la forma en cómo muchas entidades fueron gestionadas antes del estallido de la crisis económica. Para ello, se ha analizado la actividad que ya se venía realizando para identificar sinergia y poder “diseñar una estrategia común” entre los miembros de Primera y Segunda División. Un primer ejemplo es LaLiga Genuine.

En la actualidad, más de la mitad de los miembros de la patronal tiene su propia fundación, aunque sólo siete tienen a un responsable directo de esta actividad. Y no tiene por qué ser negativo, pues el estudio indica que “los clubes que disponen de un responsable a cargo de las actividades relacionadas con la responsabilidad social,

parecen marcar un mejor desempeño social interno, pero un peor desempeño externo”.

El estudio revela 16 tipos de iniciativas que los clubes vienen realizando en este ámbito, que van desde eventos para recaudar fondos a la entrega de becas o convenios de patrocinio, pasando por escuelas deportivas, actividades educativas o proyectos culturales. “En lo que respecta a la evolución de la acción social, observamos una progresión positiva en la mayoría de los tipos de acción. Es decir, la mayoría de los clubes están ampliando en los últimos años su catálogo de acciones”, explican.