



## El deporte vale más de lo que cuesta.

Boni Teruelo

El deporte municipal en España ha conseguido una dimensión muy considerable en las tres últimas décadas. Su desarrollo ha sido tal que se ha convertido en el principal agente público o privado en la promoción del deporte. Nos atrevemos a afirmar que ha sido un modelo de éxito.

Pero cuáles son las características principales del modelo de deporte municipal que tan generalmente se ha implantado en España?

Podríamos decir que ha sido y es muy intervencionista y con un fuerte control político. También que se ha basado en la gestión directa, aunque con un organismo autónomo. Con personal propio para labores de dirección, coordinación y administrativas, y con externalización del resto de personal -deportivo, limpieza, mantenimiento, socorrismo...-.

Con una oferta de servicios muy apoyada en el abono familiar y anual, con la piscina climatizada como principal reclamo, y desde hace unos 10 años ha incorporado los programas de fitness (cardio y muscular, spin bike, ...).

Con unas instalaciones más pensadas para satisfacer las necesidades del deporte de competición que las del deporte para todos, lo que ha implicado, lógicamente, la cesión gratuita de las mejores horas a los clubes deportivos federados.

Cobrando unas tasa o unos precios muy por debajo de los costes, y aún más para colectivos desfavorecidos (desempleados, jubilados, menores,...).

En fin, que a pesar de las deficiencias en la gestión y de las ineficiencias del sistema, - que seguramente las ha habido y las sigue habiendo-, de sus rigideces y de sus procedimientos, y de las herramientas de gestión empleadas, con esos mimbres, el resultado no podía ser otro.

El resultado de un modelo con esas características, es un modelo que ha cumplido razonablemente su función principal, que ha sido -nada menos-, que iniciar en la práctica deportiva a una población que no tenía hábito. El deporte hace treinta años

era un producto desconocido o muy novedoso para la clase media española. Ha fidelizado a casi la mitad de la población en la práctica deportiva. Ha colaborado en el desarrollo e implantación de la educación física escolar. Ha sido, y sigue siendo, el principal soporte material y económico del deporte federado.

Con esa labor de siembra en forma de gasto corriente e inversión, ha facilitado, -sí, facilitado-, el nacimiento, desarrollo y consolidación de un sector que aporta más de un 3% al PIB y más del 3% del empleo, y creciendo. Y, también, ha generado las bases para el desarrollo de la iniciativa privada en forma de gimnasios y centros deportivos y, más recientemente, la irrupción de las multinacionales del fitness y los gimnasios *low cost*, ¿quién nos lo iba a decir?

En definitiva, el deporte municipal ha contribuido a garantizar, más que ningún otro agente público o privado, el ejercicio de un derecho: el derecho al deporte que expresaba en la Carta Europea del Deporte para Todos de 1975 y expresa la de 1992. El resultado, en consecuencia, hay que calificarlo como satisfactorio y el modelo, un modelo de éxito. El deporte vale más de lo que cuesta.

Ahora bien, la duda, -duda más que razonable-, es si ese modelo, con esas características, puede seguir creciendo. Saber si ese modelo lo podemos seguir alimentando, si lo podemos seguir sosteniendo, si lo podemos seguir pagando. Si los ayuntamientos pueden seguir cubriendo los gastos corrientes que genera y realizando las necesarias inversiones en más instalaciones y en reformar las obsoletas. La duda es si con la minoración de los ingresos fiscales y con unos presupuestos públicos menores, los ayuntamientos pueden seguir apostando por el deporte tal como lo han hecho hasta ahora. Y, no nos engañemos, todo apunta a que no, ¿verdad? De hecho los recortes ya han llegado de forma muy significativa por doquier.

Sin embargo, creo que tenemos una oportunidad. Hasta ahora nuestra gestión se ha centrado principalmente en gestionar el precio y el coste del deporte. La oportunidad se relaciona con mirar hacia el valor, el valor del deporte, entendiendo por valor los beneficios que reporta a las personas y a la sociedad. ¿Qué valores tiene el deporte para las sociedades desarrolladas, incluso en tiempo de crisis social, económica y política? Veamos el valor transversal del deporte.

A través del deporte se puede intervenir transversalmente en la sociedad, ya que el deporte es un instrumento útil para desarrollar, mejorar y mantener la salud, la educación, la economía, la integración social, la seguridad y la imagen de marca de una ciudad o nación.

Disponemos de unas bases sólidas en las que apoyarnos para conseguir aumentar el valor social, económico y político del deporte. Tenemos experiencia y madurez suficientes, adquiridas en los treinta años de desarrollo. Disponemos de instalaciones igualmente suficientes, aunque sea necesario readaptarlas en parte. Y de suficientes

personas, capacitadas y bien formadas, en todos los ámbitos del deporte gracias a las escuelas superiores, facultades,... a las asociaciones de gestores y las de empresarios, etc. Persona que han adquirido competencia y un *know how* a todos los niveles.

También existe un desarrollo cultural importante en la población que hace y valora el deporte, y es consciente de sus beneficios. No estamos como estábamos en la década de los setenta o en la de los ochenta.

Hay un tejido asociativo –clubes y federaciones-, que bien es cierto está pasando su propio *vía crucis*, pero en el que podremos apoyarnos si le ayudamos a superar sus propias dificultades.

Contamos con un éxito deportivo internacional de difícil comparación, tanto en hombres como en mujeres, en categorías absolutas y en categorías inferiores, en deportes colectivos y en especialidades individuales. ¡Hasta el éxito del equipo paralímpico acompaña en este indiscutible liderazgo mundial!

Existe el precedente de asignar importantes recursos económicos a la promoción de las políticas en favor del deporte, tanto desde los presupuestos públicos como desde las empresas privadas. El deporte, en todas sus facetas le devuelve como retorno una sociedad mejor y más sana y un imagen corporativa más positiva.

En esto, en todo esto, es en lo que debemos apoyarnos para la revalorización del deporte. Y esta puede y debe ser la base para que el orden de prioridad en la asignación de los escasos recursos públicos, contemple al deporte como área estratégica.

Ahora lo que toca es mejorar la comercialización y venta de esa oferta de instalaciones, cursos y programas, comunicar mejor los beneficios que la práctica proporciona a escala individual y colectiva. Lo que toca es vender mejor el servicio para aumentar su valor verdadero y para atraer a más y más personas. Tenemos un buen producto, pero falta el envoltorio, -escuché recientemente decir a un gestor-. Añadiría que hemos vendido producto a granel a muy bajo precio, y hay que empaquetarlo, envolverlo y etiquetarlo para poder aumentar su valor y su precio.

Ahora el objetivo debe centrarse en la universalización de ese producto renovado, un verdadero deporte para todos y para todas, y convencer a los gobiernos de todos los niveles que merece la pena, que es rentable en términos socioeconómicos -y quizá también en términos políticos-, mantener la apuesta por este deporte, por los beneficios que el ejercicio físico aporta al conjunto de la sociedad en forma de salud, educación, economía, integración social e imagen de marca.

Esta revalorización del deporte exige que el mismo siga teniendo un tratamiento prioritario en la asignación del gasto público, y un tratamiento fiscal y tributario más amable que el que actualmente recibe.

Por su parte, el modelo de deporte municipal debe revisarse para readaptarse a este nuevo *status quo* que la crisis general impone, mejorar su eficiencia en la gestión para ser coherente con todo lo anteriormente planteado.

Y, también, y concretamente debe imponer un nuevo sistema de tasas y precios públicos que corrija los desequilibrios generados en estas últimas décadas de precios anclados, para hacerlo más equitativo, más fuerte y sostenible económicamente, y que se exija a sí mismo de manera decidida la mejora del nivel autofinanciación actual.

Un modelo que desarrolle la colaboración público-privada, la concesión administrativa, para el diseño, construcción y gestión de los servicios deportivos públicos, en el que ambos actores obtengan sus legítimos beneficios.

Un nuevo modelo que extreme su exigencia con el medio ambiente, hasta conseguir una adecuada sostenibilidad, también desde esta perspectiva.

Un nuevo que permita y facilite el crecimiento, que posibilite una extensión universal de la activación física, que haga posible un verdadero deporte para todas las personas, para que todas las personas obtengan sus beneficios, pero que podamos sostener.

*‘Tenemos en las manos una herramienta potente, que debe y puede influir en la educación y en la salud pública, en la conformación de hábitos racionales de ocio, en la generación de espacios de relación social, en la creación de riqueza y desarrollo económico, en el asentamiento de culturas autóctonas, en la comprensión y aceptación de tendencias culturales globales’.* Este es el valor del deporte que hay que externalizar.

Nosotros estamos convencidos de ello, porque además el deporte contribuye a la felicidad de las personas, y en consecuencia, claro que sí, el deporte vale más de lo que cuesta.

Boni Teruelo, marzo, 2013