



Universidad de Navarra

I Encuentro Internacional de Gestión de Entidades Deportivas

Las empresas deportivas europeas serían rentables si tuviesen un modelo de negocio claro

Madrid, 21 de abril de 2005-. Ayer concluyó en el IESE de Madrid el I Encuentro Internacional de Gestión de Entidades Deportivas. Esta reunión agrupó a más de 90 expertos de todo el mundo, y en ella se abordaron los desafíos y retos a los que se enfrentan los profesionales del sector en tres ejes de actividad fundamentalmente: marketing, finanzas y dirección de personas.

El encuentro fue inaugurado por Juan Antonio Samaranch, presidente de Honor del Comité Olímpico Internacional. En su intervención destacó los importantes cambios que el mundo del deporte ha experimentado y su papel como transmisor de valores de paz y solidaridad. Con respecto a la candidatura de Madrid 2012, Samaranch se mostró optimista y destacó que esta ciudad cuenta con importantes ventajas (buena planificación, buenas instalaciones y apoyo de la comunidad latinoamericana). Concluyó, "el problema de la candidatura de Madrid es lo reciente que está Barcelona, aunque 20 años, en mi opinión, suponen toda una generación de deportistas".

El acto estuvo estructurado en tres bloques temáticos: patrocinio y gestión de la marca, inversiones en el sector deportivo y dirección de personas y liderazgo. En la primera parte sobre patrocinio, destacó la intervención de Iñaki Urdangarin, presidente de NOOS Institute, que subrayó la necesidad de tender puentes entre el mundo de la empresa y del deporte. En su opinión, en el sector deportivo "son necesarios ciertos indicadores que permitan relacionar la actividad de patrocinio con unos objetivos estratégicos y empresariales". En esta misma línea, Francisco Huertas, director de Comunicación y Marketing de Adecco, subrayó la importancia de medir la actividad de patrocinio con los mismos sistemas que se emplean para otras actividades de la empresa. Al hilo de estas opiniones, Sandro Rosell, vicepresidente del F. C. Barcelona, explicó como el patrocinio deportivo es una actividad muy rentable aunque subrayaba la falta de "herramientas que midan el retorno a la inversión". Este bloque de ponencias concluyó con la intervención de Bernard J. Mullin, presidente de Atlanta Spirit LLC, que explicó como en EE.UU. la actividad de patrocinio está muy estudiada y analizada a través de informes periódicos, estratégicos y económicos.

El segundo panel de conferencias sobre la inversión financiera en entidades deportivas, comenzó con la participación de Olivia Feldman, directora de Sport Advisory y Finance de Societe Generale, que explicó como el mercado americano reúne mejores condiciones para invertir en el sector deportivo que el europeo. "En EE.UU. cada equipo es un valor intrínseco en sí mismo y siempre se puede encontrar un comprador de ese valor. En Europa esto no ocurre. En el futuro, es probable que sólo se financien los clubes europeos más

grandes". En esta misma línea, Julio Senn, director de Garrigues Sport, comparó el mercado sajón con el europeo, y destacó como en el primero el deporte se ve como un negocio mientras que en Europa se trabajan más aspectos deportivos, descuidando los empresariales. "Las empresas deportivas europeas serían rentables si tuviesen un modelo de negocio claro, por esta razón en Europa no hay inversores y sino patrocinadores".

Las últimas ponencias trataron sobre la figura y papel de entrenador de un equipo deportivo. Para ello participaron, Javier Lozano, entrenador de la Selección española de Fútbol Sala, Bozidar Maljokovic, entrenador del Real Madrid Baloncesto, Juan de Dios Román, entrenador del BM Ciudad Real y José Antonio Camacho, ex entrenador de la Selección española de Fútbol. Todos coincidieron al destacar que un entrenador debe tener capacidad para saber escuchar, comunicar, motivar, dirigir y de dar ejemplo. Juan de Dios explicó como "un jugador se pone a prueba en situaciones límites, porque es entonces cuando se demuestran sus condiciones éticas y técnicas". Por su parte, Lozano, opinaba que en cualquier jugador lo importante son las cualidades humanas.

Tu Mingde, vicepresidente del Comité Olímpico Chino, clausuró el encuentro ensalzando el rol del deporte en la sociedad, "ya que promueve el diálogo y la paz mundial".

El I Encuentro Internacional de Gestión de Entidades Deportivas se enmarca dentro de la actividad del IESE – CSBM (Center on Sport Business Management), centro de investigación pionero en España para las empresas del sector deportivo y que pretende fomentar la profesionalización la gestión de este tipo entidades. Las principales áreas de actividad en las que se especializará este centro son: el campo de la Dirección General y Estrategia, Marketing, Economía y Finanzas, y Dirección de Personas. El CSBM cuenta con un Consejo Asesor Internacional Deportivo, presidido por Juan Antonio Samaranch e integrado por profesionales de prestigio en los diversos ámbitos del deporte, cuya misión es la de aportar al centro ideas, sugerencias y líneas de trabajo acordes con las inquietudes del sector a nivel internacional.

*Para más información:
Ignacio Bel / Begoña Carnero
Dirección de Comunicación
IESE- Universidad de Navarra
Tf: 91 211 30 80 / 656 82 15 20
E-mail: bcarnero@iese.edu*