



**PASADO, PRESENTE Y FUTURO DEL DEPORTE
UNIVERSITARIO. LA COFINANCIACIÓN COMO
FÓRMULA DE ÉXITO
PAST, PRESENT AND FUTURE OF UNIVERSITY
SPORT. CO-FINANCING AS A RECIPE FOR
SUCCESS**

Pedro Montiel Gámez¹ y Cristóbal Moreno Osorio²

Director de Deporte Universitario de la Universidad de Málaga¹

Periodista especializado en comunicación organizacional²

Complejo Deportivo Universitario, Campus Teatinos s/n 29071
Málaga

pmontiel@uma.es

Resumen:

“Pasado, presente y futuro del deporte universitario. La cofinanciación como fórmula de éxito”, hace un recorrido por los 30 años de historia del deporte universitario español, a lo largo de los cuales ha pasado por unos difíciles comienzos y por una época dorada que le convirtió en uno de los referentes de la actividad física a nivel nacional. En la actualidad, los servicios deportivos organizados por las universidades atraviesan una época incierta en la que la gestión desarrollada en cada caso resultará crucial para la supervivencia.

Por ello, este artículo hace un repaso por la historia de estos servicios y analiza la situación actual, en la que se encuentran dos tendencias actuales: universidades que se limitan a gestionar los escasos presupuestos asignados por las administraciones competentes frente a otras que basan su modelo en la gestión cofinanciada mediante la creación de convenios. En este segundo grupo se encuadran, entre otras, las Universidades de Málaga y Sevilla.

La creación de alianzas estratégicas, el fomento de la práctica de actividades físicas, la organización de eventos deportivos de carácter internacional y el acercamiento al Espacio Europeo de la Educación Superior se proponen como fórmula para hacer de los servicios de deportes pilares sostenibles y relevantes dentro de



las universidades. Además, conviene evaluar las iniciativas emprendidas para conocer su eficacia. Para ello, se presentan los cálculos de impactos económicos y mediáticos como una buena fórmula para testar el éxito.

Palabras clave: deporte, universidad, gestión, campeonatos, impactos

Abstract:

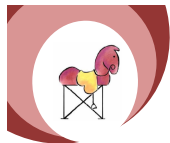
“Past, present and future of university sport. Co-financing as a recipe for success”, examines the 30 years of history of spanish university sport, during which it has gone through difficult beginnings and a golden age which turned it into one of the references for physical activity at a national level. At the present time, sport services managed by universities are passing through a moment of uncertainty in which the management deployed for each case will be crucial for their subsistence.

For this reason, this article makes a review through the history of these services and analyses the current situation, showing two trends: those universities limited only to management of the scarce budget assigned by the competent administrations in contrast to other that based their model in co-financing management by reaching agreements. In this second group, the universities of Malaga and Seville are included, among others.

Creation of strategic alliances, promotion of the practice of physical activities, organization of sport international events and the approach to the European Higher Education Area are proposed as the formula to make sport services sustainable and relevant pillars inside universities. Besides, it is convenient to evaluate the performed initiatives to know their efficacy. For that purpose, the calculations of economic and media impact are presented as a good method to test for success.

Key words: sport, university, management, championships, impact

Recibido: 24 de abril de 2014. Aceptado: 16 de junio de 2014



INTRODUCCIÓN

Desde los últimos 30 años, el Deporte Universitario se ha convertido en un servicio cada vez más asentado dentro de los organigramas de las diferentes universidades españolas, siendo, en algunos casos, pilares fundamentales para su institución. La vocación de mejorar la calidad de vida a través del deporte es el afán principal de las áreas, servicios, unidades y órganos competentes de deporte universitario.

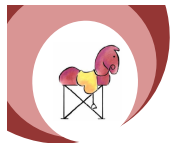
Cada una de ellas cuenta con diferentes instalaciones, modalidades de gestión, grupos de interés y formas de financiación que le hacen variar entre sí. Ante esta diferenciación, contamos con servicios deportivos universitarios más sólidos que otros y con más capacidad de sobrevivir a la falta de ingresos sobrevenida por la actual crisis económica. En esta coyuntura, la capacidad de adaptación en busca de nuevas fuentes de ingresos resulta primordial para poder subsistir, máxime con la existencia cada vez mayor de competencia privada en el sector.

En las posiciones más débiles encontramos servicios dependientes casi por completo de las partidas recibidas de sus gobiernos autónomos y con programas de actuaciones limitados. En algunos casos el afán apresurado de algunas universidades por contar con una rama de deportiva casi desde la propia creación de la institución obligó a romper con la gestión pública, lo que llevó a la paradoja de la existencia de universidades públicas con servicios deportivos externalizados (Cabeza Ramos, 2003).

Ante este nuevo panorama, se presentan universidades con servicios deportivos capaces de adaptarse a las dificultades y que no sólo luchan por subsistir, sino por ser referentes de la actividad física en sus ámbitos geográficos. En el caso de Andalucía, podemos citar a las Universidades de Málaga y Sevilla como ejemplos de instituciones que persiguen dicho objetivo.

En el caso de la primera de las mencionadas, la promoción del deporte a todos los niveles ha hecho reconocida a la institución malagueña a nivel internacional. La creación de valor añadido y la búsqueda de la gestión cofinanciada mediante la creación de clúster de empresas han sido los dos pilares fundamentales en los que se ha basado su éxito.

En el presente artículo vamos a realizar un recorrido por la trayectoria del deporte universitario a nivel nacional y andaluz, pasando por los 30 años de su trayectoria, desde los primeros pasos a principios de los 80 hasta la actualidad, tratando de hacer una prospectiva basada en la situación y tendencias



actuales. Para ello, la herramienta escogida es el análisis de contenidos, que permite aportar y comparar diversos puntos de vista de un mismo tema.

HISTORIA DEL DEPORTE UNIVERSITARIO

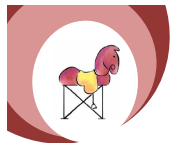
A finales de la década de los 70 un decreto central dejaba en el aire la práctica de actividades deportivas en el ámbito universitario. Esto originó la creación de algunos Servicios Deportivos en el mejor de los casos, ya que en otras universidades los esfuerzos eran realizados de manera bastante menos organizada. De esta manera quedaban atrás los esfuerzos de la Federación Española de Deporte Universitario que nació en 1970 con el fin de integrar a las diferentes iniciativas deportivas que iban surgiendo en el seno de las universidades.

Hasta la llegada de la Ley 13/1980, de Cultura Física y Deporte, el deporte universitario no vuelve a contar con una organización reglada. Este texto legal, que se apoya en el artículo 43 apartado tercero de la Constitución Española ("Los poderes públicos fomentarán la educación sanitaria, la educación física y el deporte. Asimismo facilitarán la adecuada utilización del ocio"), diferencia por primera vez entre clubes y asociaciones deportivas como fórmula distinta de organización, aunque sin llegar a otorgar consideración a la práctica libre recreativa (Morales Cevidanes, 2009).

En la década de los 80 se empiezan a establecer las bases sólidas y fundamentales para el desarrollo de la estructura deportivo-universitaria. Un hito importante fue la creación de la Organización Nacional de Deporte Universitario, que será el detonante de la desaparición de la Federación Española de Deporte Universitario. En este momento convergen estructuras deportivas de 'índole deportiva' y otras de 'deporte para todos' (Montiel Gámez, 2013).

En estos tiempos empieza a emerger una importante demanda por parte de los estudiantes que llegaban a las universidades, que pretendían contar con servicios deportivos y actividades físicas desarrollados por las instituciones en las que estudian. Ante esta gran oportunidad que se presentaba, algunas universidades decidieron dar un paso al frente y cubrir esa demanda creciente.

Ante esta nueva situación, se programaron ciertos cambios a través del Consejo de Universidades con el fin de considerar el deporte que se practica en el ámbito universitario como una actividad complementaria del estudiante, al tiempo que se



*PASADO, PRESENTE Y FUTURO DEL DEPORTE UNIVERSITARIO. LA
COFINANCIACIÓN COMO FÓRMULA DE ÉXITO*

buscaba la vertebración de dichos servicios mediante la participación de personal que trabajara en su organización y gestión.

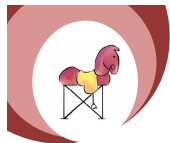
En 1983 se publica la Ley de Reforma Universitaria, documento legislativo que obliga a las Universidades a disponer de los medios necesarios para que la comunidad universitaria acceda a la práctica deportiva dentro de la misma. Ello no significa que es en ese año cuando el deporte tiene su entrada en el mundo universitario, si no que es a partir de entonces cuando se intenta reorganizar, desarrollar y promover el deporte universitario (Femenía Almerich, 2004).

El Real Decreto 2069/85 articula las competencias y normas de actuación de cada una de las instituciones implicadas en el deporte universitario. Las universidades serán las encargadas de ordenar las actividades dentro de su ámbito y de acuerdo a sus criterios. A las comunidades autónomas se les encomienda la coordinación de las actividades deportivas universitarias que se desarrollen en su territorio. El Consejo de Universidades tendrá la responsabilidad de remitir al Consejo Superior de Deportes las directrices para la coordinación de las actividades deportivas en el ámbito universitario y éste último órgano será el que coordine la promoción y difusión de dichas actividades.

En 1990, una nueva modificación legislativa supone la creación de la Subdirección General de Promoción Deportiva, dependiente del Consejo Superior de Deportes. Este nuevo órgano nace con la misión de crear programas de actividades deportivas y escuelas de tecnificación. Ante este nuevo contexto, las universidades andaluzas, en colaboración con la Junta de Andalucía, desarrollaron un programa de escuelas federativas que, a través de un convenio con las federaciones deportivas autónomas, supuso un importante refuerzo económico. Las universidades de Málaga y Córdoba pudieron comprar material didáctico para la enseñanza de disciplinas deportivas, reforzando así sus programas de actividades. (Montiel Gámez, 2013)

Aquí nacería la primera tendencia del deporte en la Universidad, más orientado al ámbito del deporte federativo que al de la recreación y la salud. Se crearon clubes deportivos, de mayor o menor entidad, que contribuyeron al auge de las actividades físicas en el ámbito universitario en la mayoría de los casos.

En el año 1991 se constituiría el Grupo Andaluz de Deporte Universitario, formado por las universidades de Cádiz, Córdoba, Granada, Málaga y los campus de Jaén, Almería y Huelva. Este



*PASADO, PRESENTE Y FUTURO DEL DEPORTE UNIVERSITARIO. LA
COFINANCIACIÓN COMO FÓRMULA DE ÉXITO*

foro de discusión sobre la organización del deporte, se cerraría en 1998 con la inclusión de la Universidad Pablo de Olavide. Previamente a esto, la inclusión de la Universidad de Extremadura hizo cambiar la denominación al actual, Grupo Sur de Deporte Universitario, y los campus de Jaén, Almería y Huelva pasaron a ser universidades autónomas.

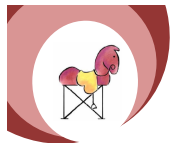
Gracias a este foro, el deporte universitario andaluz adquiere conciencia de la importancia de contar con estrategias comunes en beneficio de la actividad física en el ámbito universitario. En definitiva, aunar esfuerzos y compartir experiencias en la búsqueda de un bien común.

En el curso 1995/96 arrancó una época dorada del deporte universitario andaluz gracias a la firma de un convenio de colaboración establecido entre los rectores de las universidades andaluzas y la Junta de Andalucía. A partir de entonces, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la administración autonómica asignaba a cada universidad andaluza un presupuesto específico para competiciones y actividades deportivas propias. Un hito muy importante de esta época fue la orden de 9 de noviembre de 2006, cuando la mencionada consejería establece las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en materia de deporte.

Esta estrecha relación establecida también llevó a convenios que mejoraron las infraestructuras deportivas con la construcción de nuevos equipamientos e instalaciones, que fueron financiadas equitativamente entre la Junta de Andalucía y las instituciones.

En esta época la práctica deportiva universitaria estaba desarrollada de la misma forma que el conjunto del sistema deportivo español. Una muestra de ello es el aumento de participación de universidades en competiciones deportivas. Según los datos del Ministerio de Educación y Ciencia a través del Consejo Superior de Deportes, en 2004 se organizaron 23 campeonatos universitarios de diferentes modalidades en las diferentes universidades nacionales, en los que participaron un total de 5.200 alumnos procedentes de 68 universidades españolas (Femenía Almerich, 2004).

Sin embargo, acabada la época de bonanza económica nos encontramos en la actualidad ante una situación bien distinta. Desde el curso 2011/12 todos los servicios han visto reducido su crédito inicial dependiente de su Universidad, debiendo reestructurar sus presupuestos para equilibrar gastos e ingresos. De la buena gestión de cada universidad dependerá su futuro.



La crisis provoca que los servicios deportivos tengan que buscar recursos propios para su gestión y además establecer alianzas estratégicas con instituciones, entidades y empresas en la organización de diferentes programas y eventos (Montiel Gámez, 2013). Estos son los pilares fundamentales de la actual gestión realizada por el Servicio de Deporte Universitario de la Universidad de Málaga, que ha sabido hacer de la necesidad virtud y se ha convertido en un gran referente internacional en la promoción de la actividad física en general y del deporte universitario en particular.

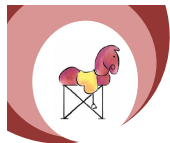
COMPETICIONES INTERUNIVERSITARIAS

Mención especial merecen los campeonatos interuniversitarios organizados a nivel nacional. Estas competiciones otorgaban y otorgan relevancia al deporte universitario creando un flujo de relaciones y de impactos mediáticos en toda España. En 1987 nacen los Campeonatos de España Universitarios con el fin de agrupar las competiciones. Pese a la fuerte implicación de algunas universidades, no tuvieron el éxito esperado por la Federación Española de Deporte Universitario. Este organismo creó, también en 1987, las Ligas Universitarias Nacionales, iniciativa que con el paso de los años fue tomando prestigio hasta el punto de atraer a grandes multinacionales como sponsors. La coexistencia de dos competiciones nacionales en paralelo suscitó recelos en el Consejo Superior de Deportes, que finalmente decidió aunarlas bajo el nombre de Campeonatos de España Universitarios, designación que se mantiene en la actualidad.

A partir del curso 1995/96 y gracias a las estrechas relaciones establecidas entre el Grupo Sur de Deporte Universitario y la Junta de Andalucía nacieron los Campeonatos de Andalucía Universitarios. Más tarde, la Universidad de Extremadura se desligó del Grupo Sur y de la mencionada competición. Con la inclusión de las universidades más jóvenes estos campeonatos se mantienen hasta nuestros días y son los que deciden qué universidad representará a su región en los Campeonatos de España Universitarios.

EL CASO DEL SERVICIO DE DEPORTES DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

La actual situación económica, al igual que ocurre en cualquier ámbito de la sociedad, está mermando las posibilidades de actuación de los servicios deportivos de las



universidades españolas. La disminución de las partidas presupuestarias otorgadas por las administraciones competentes se está sumando a los defectos de algunas áreas deportivas universitarias, con plantillas sobredimensionadas o una gestión excesivamente privatizada.

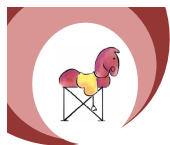
En el ámbito nacional, nos encontramos con algunas universidades que se conforman con recibir las cada vez más escasas subvenciones otorgadas al deporte universitario, lo que las conduce a unos servicios cada vez más limitados y a un futuro algo incierto. En cuanto a la organización de eventos que puedan otorgar relevancia a sus instituciones también pecan de conformismo, ya que se centran casi exclusivamente en acoger modalidades de los campeonatos de regionales universitarios, la competición interuniversitaria más modesta.

Frente a esta tendencia, hay otras universidades que destacan por su gestión proactiva a la hora de afrontar los acontecimientos. En este grupo destacaremos dos casos andaluces: las Universidades de Málaga y Sevilla. Se trata de dos instituciones con servicios deportivos que buscan la creación de valor añadido en sus actividades y en la búsqueda de financiación mediante alianzas con empresas e instituciones.

En el caso de la Universidad de Málaga, la apuesta por la promoción de la actividad física a través de su Servicio de Deporte Universitario es clara desde el momento de su fundación en 1972. En sus estatutos se encuentra, como una de las funciones básicas de la institución "el fomento de actividades físico-deportivas, a través de la extensión universitaria, como un factor esencial para la salud, el aumento de la calidad de vida y el desarrollo integral de la persona" (Universidad de Málaga, 1972).

En la actualidad, el mencionado servicio deportivo es considerado como uno de los referentes en la organización de competiciones universitarias de carácter nacional e internacional. Buena prueba de ello son las declaraciones de Leonz Eder, miembro del Comité Ejecutivo de la Federación Internacional de Deporte Universitario, quien calificó al Mundial de Golf Universitario que la Universidad de Málaga organizó en 2010 como "el campeonato mejor organizado al que he asistido, por no decir el mejor" (Moreno Osorio, 2011).

Estas valoraciones positivas por parte de los organismos internacionales de deporte universitario se siguieron repitiendo después de esa fecha, ya que la organización del Campeonato de Europa Universitario de Fútbol-sala 2013 fue muy bien calificado por la Asociación Europea de Deporte Universitario y la



*PASADO, PRESENTE Y FUTURO DEL DEPORTE UNIVERSITARIO. LA
COFINANCIACIÓN COMO FÓRMULA DE ÉXITO*

Federación Internacional de Deporte Universitario volvió a confiar en la Universidad de Málaga al concederle, en noviembre de 2013, la organización del Mundial Universitario de Balonmano para 2016.

Pero la organización de competiciones de tal entidad no sería posible únicamente con el esfuerzo individual del servicio deportivo malagueño. Para lograr la financiación necesaria la Universidad de Málaga se ha basado en una gestión colaborativa con el sector privado y el público.

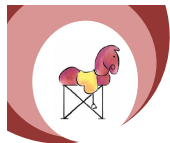
En el caso del mencionado campeonato que se celebrará en 2016, el sistema de financiación se basa en la constitución de un clúster de empresas y la colaboración del Consejo Superior de Deportes, Federación Española de Balonmano, otras entidades e instituciones y, especialmente, del Ayuntamiento de Antequera, ciudad anfitriona, colaboradora habitual de la Universidad de Málaga en la organización de actividades y eventos deportivos.

Para Femenía (2004) resulta vital conseguir financiación externa para los eventos deportivos universitarios. Esto se puede lograr mediante el desarrollo de propuestas de patrocinio personalizadas para empresas con valores similares a los de la Universidad, cuyo público objetivo coincida con el de la institución de educación y formación. Las organizaciones colaboradoras se ligan a la Universidad de Málaga conscientes de su apuesta por el fomento de la actividad física, unos valores que pretenden extrapolar a su propia marca.

De los esfuerzos por la promoción del deporte, las instituciones y organizaciones implicadas también pueden obtener beneficios en su imagen de marca. Sus valores y su identidad se podrán impregnar por contagio de los valores del deporte.

Por otro lado, algunos autores enfatizan la necesidad de realizar un acercamiento hacia la sociedad: "La Universidad debe, probablemente, adoptar un modelo en el que tengan más importancia las 'estrategias sociales', que le lleven a potenciar la colaboración y la participación de los colectivos implicados, la construcción colectiva de los conocimientos y de la misma organización" (De Aguilera Moyano, Farias Battle, & Baraybar Fernández, 2010).

Además de los beneficios que conlleva para una universidad el hecho de convertirse en sede de un campeonato universitario internacional, las ciudades que acogen las competiciones obtienen réditos en diversos aspectos. Un caso de ciudad bastante beneficiada es el de Antequera (Málaga), que ya ha organizado dos grandes competiciones internacionales



universitarias y lo hará, al menos en dos ocasiones más, en 2014 y 2016.

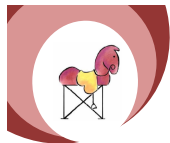
Solo gracias al Europeo Universitario de Fútbol-sala de 2013, los hoteles de la ciudad contaron con un 100% de ocupación (Málaga Hoy, 25/07/2013). Pero los réditos que obtiene la ciudad sede de la competición no se ciñen a lo económico, sino que van mucho más allá. Dado el carácter internacional del evento, Antequera obtiene relevancia internacional a través de los medios de comunicación con la organización de cada campeonato. Además, los deportistas llegados desde todos los puntos del planeta pueden convertirse en los mejores embajadores de la comarca en sus países de origen. Estos retornos serán analizados en las próximas páginas.

Por lo tanto, se puede afirmar que un evento como el mencionado supone un importantísimo refuerzo en las políticas de Citymarketing, entendido este término como un proceso de construcción e implantación de una marca de ciudad en base a unos valores predeterminados (Jiménez Morales & de San Eugenio Vela, 2009). En el caso de Antequera, los valores a los que se basa son los propios del deporte.

PROMOCIÓN DE MARCA A TRAVÉS DEL DEPORTE UNIVERSITARIO

La organización de un campeonato internacional de ámbito universitario supone un importante apoyo para las políticas de comunicación y marketing de las empresas e instituciones implicadas, de manera que sus valores se ven potenciados en un escenario que traspasa las fronteras nacionales. Para la universidad sede supone un acercamiento al Espacio Europeo de la Educación Superior que le coloca en una posición de privilegio. Aprovechando esta oportunidad, la institución en su conjunto puede internacionalizar su gestión y sus valores, de manera que se convierta en un referente no solo deportivo, sino también educativo.

Por otro lado, se puede describir el deporte universitario y sus eventos como actividades que aportan grandes ventajas a sus participantes, principalmente potenciando la interacción e integración social. Los beneficiarios de las distintas modalidades deportivas interactúan con estudiantes de otros centros, intercambian experiencias y difunden mensajes óptimos de su universidad (el sentimiento de orgullo que divulgan por su centro de formación a través del canal 'boca-oído', reporta grandes beneficios para la imagen de la institución) (Femenía Almerich, 2004).



La imagen y la identidad de las universidades se ve potenciada con cada deportista que participa en una competición y más incluso con cada victoria, ya que en ese momento representa a una institución cara a los presentes y al público que pueda informarse a través de los medios de comunicación.

TRAYECTORIA INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

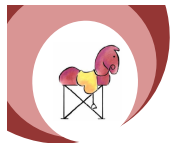
La trayectoria del Servicio de Deporte de la Universidad de Málaga en cuanto a eventos de carácter internacional es bastante prolija. Su andadura comenzó en el año 1992 con el Mundial de Fútbol-sala Universitario. En 2000 fue sede de un Mundial de Judo y en 2010 lo hizo en modalidad de Golf. Esta Universidad también cuenta con el privilegio de haber acogido campeonatos continentales, como el Europeo de Vóley-playa en 2011 y de Fútbol-sala en 2013.

La apuesta de la institución malagueña por internacionalizar su imagen ligada a la actividad física no acaba ahí, ya que las instituciones de internacionales de deporte universitario siguen confiando en ella como sede. De este modo, acogerá los Mundiales de Fútbol-sala de 2014 y de Balonmano de 2016, ambos en Antequera.

En cuestión de organización de competiciones universitarias, la Universidad de Málaga se sitúa en la cabeza del ranking mundial de universidades que más veces ha sido seleccionada como sede de los Campeonatos de Europa o del Mundo entre 2010 y 2016. Según los datos de la Asociación Europea de Deporte Universitario y la Federación Internacional de Deporte Universitario, es una de las cuatro universidades que ostentan el récord de campeonatos en el periodo mencionado, con cinco organizaciones. Las otras tres universidades son las de Kazán, en Rusia, y las de Posnania y Varsovia, ambas polacas.

Aunque no existe una universidad española que iguale las cinco sedes de campeonatos acumuladas por Málaga, hay otra universidad andaluza que cuenta con cuatro organizaciones en el periodo mencionado. Se trata de la Universidad de Córdoba. Aparte de las dos mencionadas, ninguna universidad de España ha acogido más de un campeonato internacional universitario. Estos datos reflejan la importancia que las universidades andaluzas otorgan a estos eventos.

La apuesta internacional de la Universidad de Málaga no se ciñe a los Campeonatos y pretende abarcar la promoción de la actividad física desde otros ángulos. Del mismo modo, su público



no se limita a los universitarios, sino que se implica con toda la sociedad.

Un buen ejemplo de ello es el Congreso de Actividad Físico-Deportiva para Mayores, que se celebra de manera bienal y que celebró en marzo de 2013 su quinta edición. "El V Congreso Internacional se basa en la formación por la acción, entendiendo necesario un marco de trabajo transversal coordinado que será el futuro en los servicios que se demandarán en un tiempo inmediato en un colectivo tan importante que sin duda requiere un compromiso social aceptado por todos", según reza en su programa.

Este congreso se ha convertido en una importante cita para los profesionales del sector de la actividad física. En la edición de 2013 contó con la participación de 500 congresistas que asistieron a las diferentes sesiones teórico-prácticas (La Vanguardia, 09/03/2013).

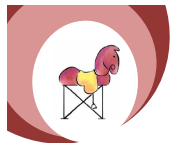
Por otro lado, en 2011 la Universidad de Málaga acogió las jornadas de Fútbol Contra el Racismo que, bajo el título "Compartiendo valores: inclusión social, mejores prácticas y educación en el mundo del fútbol" reunió a figuras como el seleccionador nacional de fútbol, Vicente del Bosque y al presidente de la Federación Española de Fútbol, Ángel María Villar; entre otros (La Opinión de Málaga, 15/10/2011).

En definitiva, se puede afirmar que la Universidad de Málaga ha realizado una apuesta clara por transmitir sus valores a través de los eventos deportivos, que son herramientas de comunicación que sirven para focalizar la atención del público en un determinado espacio, en un determinado tiempo y en un determinado mensaje (Baamonde Silva, 2012).

EVALUACIÓN DEL MODELO MEDIANTE EL CÁLCULO DE IMPACTOS Y OTROS RETORNOS

Por lo expuesto, parece claro que la tendencia que se propone como modelo de gestión del deporte universitario tiene uno de sus pilares fundamentales en la organización de eventos relacionados con la actividad física. Sin embargo, se hace necesario conocer los réditos obtenidos por las distintas empresas e instituciones gracias a su implicación en eventos como los mencionados.

Uno de los beneficios más importantes que surgen como consecuencia de la organización de eventos es la cobertura mediática lograda, por lo que es importante recopilarla y analizarla. La información y documentación registrada se



convierte en el componente principal del legado de un evento deportivo por tres motivos: capitaliza el conocimiento ya existente en las organizaciones, es un material muy valioso para los investigadores y cuenta con un valor capital cara a futuras organizaciones (Cerezuela, 2003).

Encontrar y compilar en un resumen de prensa todas las noticias aparecidas sobre un evento es una tarea sencilla y rutinaria para los gabinetes de comunicación de cualquier organización. Sin embargo, el cálculo de los lectores potenciales de esas noticias no está tan extendido. A esto se le llama cálculo de impactos. "Si una historia sobre una organización se publica en un periódico local con una difusión de 130.000 ejemplares, los impactos en los medios son de 130.000. Si se publica otra historia al día siguiente, se contabilizarán otros 130.000 impactos" (Wilcox, Autt, Agee, & Cameron, 2001).

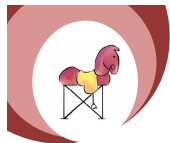
Los impactos en los medios de comunicación se suelen utilizar en publicidad para mostrar la penetración de un mensaje concreto. Estas cifras permiten tener una somera estimación de cuántas personas han sido expuestas a un mensaje. El mismo procedimiento se sigue en la caso de las noticias publicadas a través de internet. Para calcular los impactos, se contabilizan el número de personas que han accedido a la web. Cada acceso se considera una visita (Álvarez Nobell, 2011).

Las redes sociales tampoco escapan a la medición, de manera que es posible medir el éxito y el impacto de las estrategias comunicativas emprendidas a través de los perfiles de las organizaciones implicadas en los eventos.

En cuanto a la repercusión obtenida gracias a los mensajes publicados en redes sociales resulta mucho más complejo. Sin embargo, existen dos herramientas que pueden ser de mucha utilidad para conocer los datos más básicos. En el caso de Twitter, se propone el uso de la herramienta 'Klout', en servicio online que asigna un valor a un perfil para cuantificar su influencia. Además ofrece datos de retweets y menciones.

Analizar los resultados obtenidos en Facebook, resulta más sencillo ya que la herramienta se encuentra dentro de la propia red social. Se trata de 'Facebook Insights', que permite evaluar la actividad y la presencia de la empresa o marca en la plataforma (Castelló Martínez, 2012).

También resulta de utilidad conocer el valor económico de las noticias aparecidas en los medios de comunicación, tomando como referencia las tarifas de publicidad de cada medio. A esta técnica se le conoce como equivalencia publicitaria. "Se traducen los artículos en las columnas de los periódicos, o en antena, en



su equivalente en anuncios, en función del coste de éstos. Algunos profesionales adoptan el planteamiento de calcular el coste de los anuncios para la misma cantidad de espacio; y después lo multiplican por tres o por seis, reflejando así que, según diversos estudios, un artículo tiene más credibilidad que un anuncio" (Álvarez Nobell, 2011).

La tercera columna de esta evaluación de eventos es el cálculo de los ingresos generados por un evento en la ciudad organizadora. La organización de competiciones deportivas constituye una fuente de beneficios para los lugares donde éstas se celebran. Estos beneficios se concretan mayoritariamente en términos de realce de la imagen de la ciudad y/o su entorno y en términos económicos (Lee, 2001).

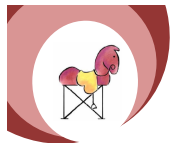
Las competiciones son asociadas a sus organizadores y colaboradores. La importancia de unos y otros, así como su reconocimiento genera más fervor y por ende, más interés de los anunciantes en los medios de comunicación que los transmiten y mayor disposición de los patrocinadores en invertir en el apoyo a los deportistas (Peña Valenzuela, 2006). Por ello, un estudio de impactos mediáticos que evidencie la cobertura mediática y cifre la capacidad de alcance en forma de audiencia puede ser una buena herramienta para atraer patrocinadores.

MEMORIA DE IMPACTOS DEL CAMPEONATO DE EUROPA UNIVERSITARIO DE FÚTBOL-SALA ANTEQUERA 2013

Tras el Campeonato de Europa Universitario de Fútbol-Sala, al igual que ocurre después de cada campeonato organizado por la Universidad de Málaga, se realizó una memoria donde se recogían los impactos mediáticos y económicos obtenidos por el evento. Para ello, se utilizaron los procedimientos y técnicas ya mencionadas.

Para averiguar el número de impactos o lectores potenciales se compararon las noticias registradas con las audiencias oficiales de cada uno de los medios de difusión. En el caso de la prensa escrita, la radio y la televisión, se obtuvieron las audiencias atendiendo a los datos del Estudio General de Medios, índice de referencia para la medición de las audiencias y consumo de medios de comunicación en España. En algunos casos existen medios de comunicación que no son auditados mediante este sistema, pero que cuentan con datos propios de audiencias, los cuales fueron aportados a la organización.

En cuanto a las noticias de medios digitales, se tomaron los datos del Estudio General de Medios que, a través de su OJD



Interactiva, audita las audiencias de los medios digitales. También se tuvieron en cuenta las visitas obtenidas por el canal Youtube del campeonato.

En base a estos datos el Europeo de Fútbol-sala Universitario 2013 obtuvo una audiencia potencial de 19.868.838, obtenidas gracias a las 126 informaciones y piezas publicadas en prensa, radio, televisión y medios digitales (Universidad de Málaga, 2013).

También se calculó la equivalencia publicitaria de las noticias registradas solo en prensa impresa. Tras una medición exhaustiva de los módulos ocupados por las diferentes informaciones y una posterior comparación de éstos con las tarifas publicitarias de cada medio, se puede afirmar que tienen un valor económico de 93.839,5 euros. (Universidad de Málaga, 2013).

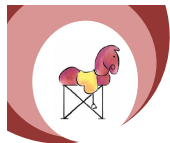
FUTURO DEL DEPORTE UNIVERSITARIO

En estos momentos el Deporte Universitario Español atraviesa una etapa de incertidumbre provocada por la crisis económica, educativa y social que afecta a España y las Comunidades Autónomas. La universidad no es ajena a este hecho y esto se refleja en sus servicios, entre los que se encuentran los Servicios de Deporte de las distintas universidades españolas.

Como administraciones públicas que son, las universidades nacionales se verán afectadas por la Reforma de las Administraciones Públicas. Concretamente, el informe de la *Comisión para la Reforma de las Administraciones Públicas*, hace referencia, en su página 119, a los Campeonatos escolares y universitarios y a su organización (Gobierno de España, 2013). En dicho ámbito, el Estado sigue ejerciendo, a través del Consejo Superior de Deportes, una competencia de organización que, considerando que en ellos participan entidades de ámbito autonómico, puede ser ejercida de forma más eficiente por otras vías.

Con esta finalidad, se propone la creación de una *Asociación Nacional de Deporte Universitario*, que agrupe a las Universidades participantes en los campeonatos y se encargue de la organización de estos eventos.

Los días 28 y 29 de noviembre de 2013 se celebraron las *Jornadas Nacionales de Deporte Universitario*, en las que se debatieron las perspectivas de futuro del Deporte Universitario a nivel nacional y sus líneas de actuación. En esta cita, que contó con representantes del Consejo Superior de Deportes y de las



universidades españolas, se puso de manifiesto la posibilidad de crear la mencionada Asociación Nacional de Deporte Universitario que, con diferentes estructuras y modelos, implicaría al Consejo Superior de Deportes y a la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas.

Entre las estrategias debatidas, se propuso la búsqueda de un modelo que integre la participación del tejido empresarial, de las Federaciones Deportivas, de las Comunidades Autónomas, de la Conferencia de Rectores de universidades Españolas y del propio Consejo Superior de Deportes.

En este sentido, se priorizan aquellas ideas orientadas a la búsqueda de recursos externos, a la implicación y empatía con las federaciones, a la mejora de la comunicación e información de las actividades realizadas en los servicios y al fomento de programas de investigación; entre otras. Finalmente, se apunta a la creación de dicha asociación bajo un convenio marco donde participe el Consejo Superior de Deportes, la Conferencia de Rectores a través de la *Red de Universidades Nacionales de España*, y creándose como entidad pública que sea atractiva a posibles empresas patrocinadoras.

La directora general del Consejo Superior de Deportes, Ana Muñoz, expresó en este sentido que la institución que dirige no abandonaría al deporte universitario, al tiempo que aseguró estar trabajando con empresas privadas para conseguir recursos que fluyan del ámbito privado a lo público.

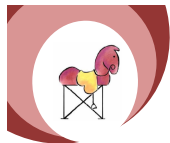
Las jornadas se cerraron con la redacción de una serie de conclusiones que tienen como objetivo dar continuidad a estos Campeonatos Nacionales Universitarios:

1.- Dentro de la situación de crisis, puede ser una oportunidad para buscar nuevos enfoques para el futuro del Deporte.

2.- La Comisión para la Reforma de las Administraciones no da solución a la organización de los Campeonatos de España Universitarios, por orientar la organización de éstos a las Comunidades Autónomas, que no tienen competencia para su desarrollo.

3.- Se solicita al Consejo Superior de Deportes y a la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas que establezcan un programa de trabajo para definir líneas de futuro.

4.- Transmitir a la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas la importancia de los valores propios del deporte, al tiempo que se muestra a las Comunidades Autónomas las posibilidades que ofrece el deporte como fuente de valores positivos.



5.- Instar a las Instituciones para que la organización que se cree para desarrollar estos Campeonatos sea de utilidad pública.

6.- Solicitar al Consejo Superior de Deportes una mayor implicación en la organización de los Campeonatos de España Universitarios y realizar una nueva propuesta.

CONCLUSIONES

Una vez expuestos los diferentes contextos sociales y administrativos por los que ha pasado el deporte universitario en el ámbito nacional, queda patente que las claves para la supervivencia del sector pasar por abrir la gestión a la entrada de financiación externa.

Esta fue una de las recomendaciones expuestas en las Jornadas Nacionales de Deporte Universitario de 2013 para los servicios deportivos del ámbito universitario. Tanto es así, que esta misma estrategia será la llevada a cabo por el Consejo Superior de Deportes con el fin de apoyar la práctica deportiva en todas las universidades del ámbito nacional.

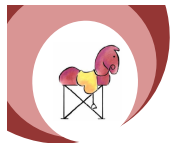
Dado que la tendencia apunta a la búsqueda de alianzas estratégicas con el sector privado, queda claro que las universidades que cuentan con una larga trayectoria en esta línea de actuación parten con ventaja con respecto a las que se financiaban exclusivamente con capital público.

Por otra parte, y dada la revisión bibliográfica realizada, se apunta a la organización de campeonatos nacionales e internacionales como una excelente fórmula de adquirir notoriedad mediática por parte de los servicios de deporte y de sus universidades, por ende. Estos eventos fomentan la práctica física, reflejan los valores de las instituciones y empresas participantes en la organización y benefician a las ciudades que las acogen.

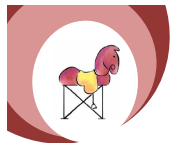
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvarez Nobell, A. (2011). *Medición y evaluación en comunicación*. España: Instituto de Investigación de Relaciones Públicas.

Baamonde Silva, X. M. (2012). La organización de eventos como estrategia de comunicación y promoción del territorio en tiempos de crisis. El caso del Xacobeo 2010. *III Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*. Tarragona.



- Cabeza Ramos, D. (2003). XIII Jornadas Universitarias del Deporte. Grupo Andaluz . Sevilla.
- Castelló Martínez, A. (2012). Del ROI al IOR: el retorno de la inversión de la comunicación empresarial y publicitaria en medios sociales. *Introducción a la Investigación de Medios Publicitarios* .
- Cerezuela, B. (2003). La información y documentación deportiva y los grandes eventos deportivos. *La información y documentación deportiva y los grandes eventos deportivos* (pág. 14). Málaga: Centre d'Estudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona.
- De Aguilera Moyano, M., Farias Battle, P., & Baraybar Fernández, A. (2010). La comunicación universitaria. Modelos, tendencias y herramientas para una nueva relación con sus públicos. *Icono* 14, 2, 90-124.
- Estatutos de la Universidad de Málaga*. (1972).
- Femenía Almerich, S. (2004). El deporte universitario como medio de comunicación. En I. De Salas Nestares, A. Fernández Souto, & F. Martínez Vallvey, *La universidad en la comunicación, la comunicación en la universidad* (págs. 295-302). Madrid: Edipo.
- Femenía Almerich, S. (2004). El deporte universitario como medio de comunicación. En I. De Salas Nestares, A. B. Fernández Souto, & F. Martínez Vallvey, *La Universidad en la comunicación, la comunicación en la Universidad* (págs. 295-302). Madrid: Edipo.
- Flores, J. (2013, 25 de julio). Lleno total en los hoteles por un campeonato de fútbol. *Málaga Hoy* , 20.
- Jiménez Morales, M., & de San Eugenio Vela, J. (2009). Identidad territorial y promoción turística: la organización de eventos como estrategia de creación, consolidación y difusión de la imagen de marca del territorio. *Zer- Revista de Estudios de Comunicación* , 14 (26), 277-297.
- La Opinión de Málaga (2011, 15 de octubre) Málaga, sede de las jornadas de FARE contra el racismo. Recuperado 28 de noviembre de 2013, de <http://www.laopiniondemalaga.es/todo-deporte/2011/10/15/malaga-sede-jornadas-fare-racismo/457111.html>
- La Vanguardia (2013, 9 de marzo) Unos 500 profesionales participan en el Congreso Internacional de Actividad Físico Deportiva para Mayores. Recuperado el 28 de noviembre de 2013, de <http://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20130309/54369129933/unos-500-profesionales-participan-en-el-congreso-internacional-de-actividad-fisico-deportiva-para.html>



*PASADO, PRESENTE Y FUTURO DEL DEPORTE UNIVERSITARIO. LA
COFINANCIACIÓN COMO FÓRMULA DE ÉXITO*

- Lee, S. (2001). A review of economic impact study on sport events. *The Sport Journal*, 4 (2).
- Montiel Gámez, P. (2013). 30 años de deporte universitario. En J. De la Cruz Vázquez Pérez, *30 años de deporte en Andalucía (1982-2012)* (págs. 299-339). Wanceulen.
- Morales Cevidanes, M. (2009). La organización y gestión de las actividades físico-deportivas en la Universidad. Universidad de Málaga.
- Moreno Osorio, C. (2011). Deporte en la UMA. *Uciencia* (6), 10-11.
- Peña Valenzuela, D. (2006). La explotación de bienes intangibles vinculados con las actividades deportivas. *La propiedad inmaterial*, 9, 45-57.
- Reforma de las Administraciones Públicas. Comisión para la Reforma de las Administraciones Públicas. Gobierno de España. (2013).
- Universidad de Málaga, Servicio de Deporte Universitario. (2013). Memoria oficial del EUCFutsal 2013. Málaga.
- Wilcox, D. L., Autt, P. H., Agee, W. K., & Cameron, G. T. (2001). *Relaciones Públicas: Estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson Educación.