



Impulsando la Sostenibilidad

Promoviendo el cambio sostenible a través del deporte

Un informe técnico sobre el deporte y su papel en la sostenibilidad basado en el Sport Sustainability Summit del Comité Olímpico Español

Febrero 2024

#SomosDeporteSostenible





ÍNDICE

Discurso de Apertura	3
Introducción	4
Sostenibilidad en el deporte: Marco conceptual	6
Los Tres Pilares de la Sostenibilidad	8
• Sostenibilidad Económica	8
• Sostenibilidad Medioambiental	11
• Sostenibilidad Social	15
Retos y Obstáculos	21
• Desarrollo de una Estrategia Sostenible	21
• Organización de Eventos Sostenibles	23
El Futuro del Deporte y la Sostenibilidad	25
Mapa de seguimiento	31
• Rendición de cuentas	31
• Habilidades para el Cambio Colaborativo	32
Conclusión	34
Sobre Nosotros	35

DISCURSO DE APERTURA

Reflexionando sobre mi trayectoria desde 2005, mi visión estaba relacionada con cambiar la dinámica del Comité Olímpico Español (COE). Mi intención era transformar el Comité como el hogar de todos los deportistas españoles: un lugar para su formación, apoyo y una oficina de atención al deportista. Este objetivo se hizo realidad con la creación del Programa ADO, y me llena de inmenso orgullo cuando escucho a un deportista referirse al COE como su casa. Además, quería que nos convirtiéramos en un punto de encuentro de federaciones, y en un vehículo para potenciar nuestro país a través del deporte, convirtiendo España en un país de valores.

Sin embargo, el Olimpismo es más profundo que estas estructuras y programas. Es una fuerza que derriba muros y supera obstáculos. El Olimpismo es un movimiento global que genera luz y es el hogar de todos los que practican y sienten el deporte.

No hay que olvidar que el Comité Olímpico Internacional nació en una universidad y, ya entonces, basó su creación en tres pilares fundamentales: la educación, la cultura y el deporte. El medio ambiente se unió como cuarto pilar no mucho después, hace 129 años.

En la actualidad, nos esforzamos por situar la sostenibilidad en el centro de nuestras operaciones. Eventos como el Sport Sustainability Summit son fundamentales para nuestro crecimiento, ya que nos permiten contar con ponentes excepcionales cuya experiencia, pasión y dedicación dejan una huella duradera. La esencia de la sostenibilidad -abordar tanto las necesidades presentes como los retos futuros- se hace inequívocamente evidente.

Cuando se mencionan los mayores acontecimientos deportivos del mundo, se habla de los Juegos Olímpicos y, en segundo lugar, de la Copa Mundial de la FIFA. Tenemos el privilegio de contribuir a la coordinación, definición y puesta en marcha de esta candidatura, dentro de la cual debemos articular la sostenibilidad. Este es nuestro objetivo, nuestro reto.

Sin embargo, no podemos afrontar la sostenibilidad solos. Hemos buscado la orientación de Deloitte, líderes en investigación científica sobre sostenibilidad y otros expertos para que sean la base de las futuras organizaciones. Este apasionante reto es lo que nos sitúa en una posición que hace unos años parecía casi impensable. Hemos avanzado, hemos sido reconocidos por el COI y ahora nos encontramos en una posición en la que las emociones nos superan, mientras que el compromiso nos mantiene haciendo lo correcto y pensando en ello las 24 horas del día.

Creo firmemente que nuestra unidad, nuestros sueños colectivos y nuestra colaboración llevarán a España a cotas insuperables. Juntos, podemos lograr lo extraordinario, dando forma a un futuro en el que España permanezca invicta...

Alejandro Blanco, Presidente
Comité Olímpico Español



INTRODUCCIÓN

Los días 18 y 19 de octubre de 2023 tuvo lugar en la sede del Comité Olímpico Español (COE), en Madrid, España, el Sport Sustainability Summit. La edición de este año se consolida como el IV Congreso de Sostenibilidad en el Deporte, que organiza anualmente el Comité Olímpico Español en colaboración con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), Banco Santander España (socio global de sostenibilidad del COE), y con el apoyo del Consejo Superior de Deportes (CSD). El objetivo anual del Summit es presentar a la comunidad deportiva y a su amplio abanico de grupos de interés los avances en la estrategia de sostenibilidad del Comité Olímpico Español, así como mostrar las tendencias, iniciativas y retos globales en materia de sostenibilidad en la industria del deporte.

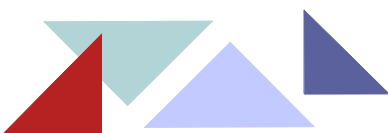
El Summit incluyó discursos de apertura con representantes nacionales e internacionales de alto nivel, mesas redondas y talleres en torno a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y soluciones innovadoras para hacer frente al cambio climático. El Summit de este año también presentó una exposición para mostrar soluciones sostenibles para las propiedades de la industria del deporte, desde soluciones energéticas e hídricas hasta equipos o textiles sostenibles.

Durante los dos días que duró el Summit, asistieron más de 400 personas, que aprovecharon al máximo los interesantes paneles, presentaciones, talleres y numerosas oportunidades para establecer contactos. En el Summit se trataron temas como la biodiversidad y la regeneración, el papel fundamental de la ciencia en las prácticas sostenibles, la organización de eventos sostenibles y las responsabilidades de la inversión privada en el fomento del deporte sostenible, entre otros. Las diversas ideas y esfuerzos de los principales actores y líderes del mundo del deporte y la sostenibilidad han sentado las bases para acciones transformadoras que tendrán un impacto duradero

Este informe pretende presentar una visión holística de la sostenibilidad en la industria del deporte en el presente, a corto, medio y largo plazo. La publicación recopila tres fuentes principales de información:

- Resultados del "Cuestionario sobre Deporte y Sostenibilidad" cumplimentado por los profesionales que asistieron al Sport Sustainability Summit (SSS).
- Conclusiones extraídas de las ponencias y mesas redondas del Sport Sustainability Summit.
- Información secundaria, incluidos casos de estudio, publicaciones académicas e informes del sector.

El informe posterior ha contado con la colaboración de la Asociación de Marketing de España (AMKT) y en concreto de la Comisión de Marketing Deportivo (CEMDE), dirigida por Carlos Cantó - CEO de SPSP Consulting. El informe está específicamente adaptado para abordar los mercados español y europeo. Por lo tanto, la mayoría de las conclusiones, retos y soluciones presentadas proceden de estas regiones. No obstante, la conceptualización del informe tiene en cuenta estudios globales, acontecimientos actuales, mejores prácticas y hallazgos para ofrecer una perspectiva global.



Sport Sustainability Summit

#SomosDeporteSostenible

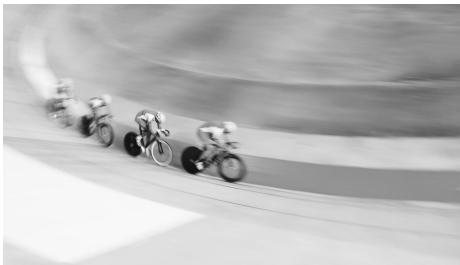


En colaboración con:
 Consejo Olímpico de España



Sostenibilidad en el deporte - UN MARCO CONCEPTUAL

Las Naciones Unidas han definido la sostenibilidad como el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (Naciones Unidas, 1987). En la actualidad, casi 140 países en desarrollo de todo el mundo están aplicando activamente estrategias para satisfacer sus necesidades de desarrollo. Sin embargo, la creciente amenaza del cambio climático, las desigualdades sociales y las turbulencias económicas están planteando retos importantes a la hora de garantizar que el desarrollo actual no afecte negativamente a las generaciones futuras. Estos retos deben abordarse al unísono, creando estrategias de colaboración entre entidades e instituciones que tengan el poder de marcar la diferencia.



Dada la naturaleza del Informe, cabe mencionar la capacidad del deporte en asumir estos retos e influir positivamente en la sostenibilidad, abarcando las tres dimensiones: medioambiental, social y económica. Entidades, instituciones, propiedades y marcas (entre otras partes interesadas) deben aprovechar la popularidad y la influencia que el deporte puede ejercer para abordar algunos de los problemas mundiales más urgentes.

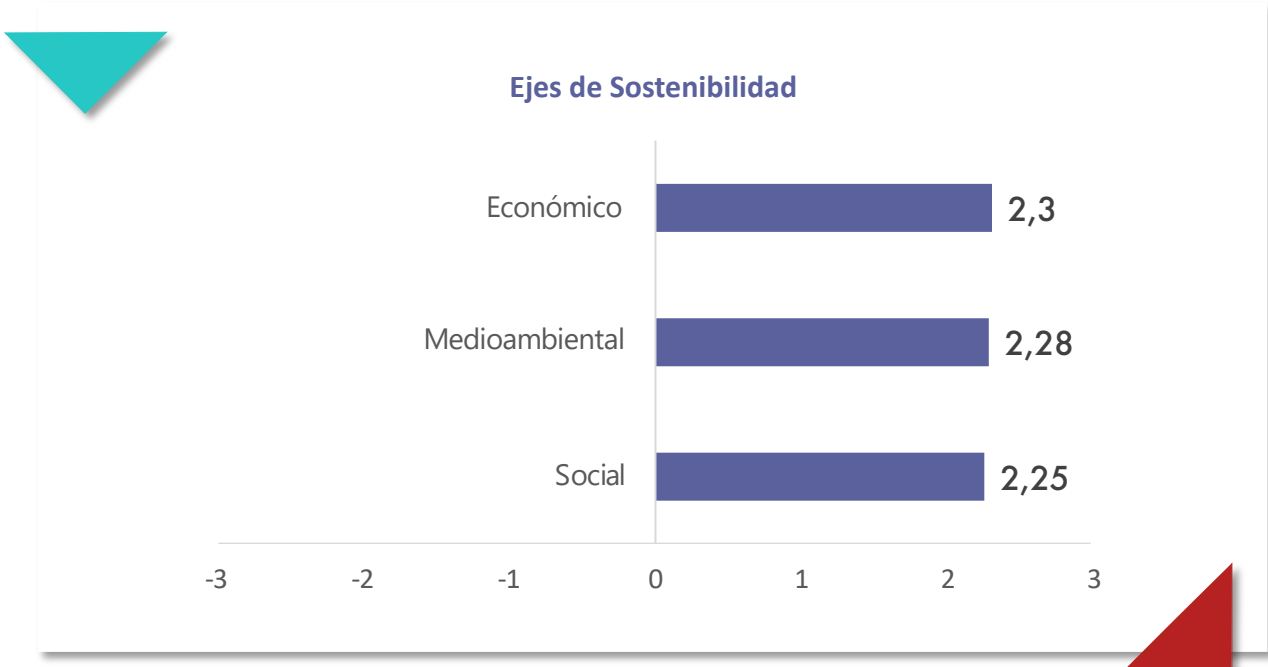
El deporte sirve como fuente de entretenimiento, fomenta el espíritu de equipo y crea un sentimiento de comunidad. El deporte promueve la salud física, el bienestar, la disciplina y la gratificación. Los acontecimientos deportivos pueden atraer a grandes audiencias y ejercer una influencia sustancial en la sociedad. En particular, el deporte se ha convertido en una industria floreciente, que contribuye en un 3,3% al PIB de España y creará 235.400 puestos de trabajo en España en 2022, lo que representa un crecimiento interanual del 1,2% (Consejo COLEF, 2023).

La evolución de la industria deportiva está experimentando cambios significativos, lo cual amplía notablemente sus oportunidades. La industria tradicional está transformándose en una modalidad conocida como *"sportainment"* (entretenimiento deportivo), impulsada por prácticas de gestión profesionalizadas. Esta nueva configuración abarca a una audiencia más diversa de aficionados y se enfoca en la satisfacción y el compromiso, aspectos que conducen a la monetización operando en un ámbito global y de manera *"phygital"*. Este modelo se ha adoptado en todo el mundo, manteniéndose dinámico para adaptarse al comportamiento y las demandas de los consumidores. Consecuentemente, el deporte debe ser aprovechado como plataforma para promover la sostenibilidad e impulsar el progreso en tres dimensiones clave: medioambiental, social y económica. La sostenibilidad no representa simplemente una tendencia pasajera, sino una necesidad arraigada que ha llegado para quedarse. Quienes no estén dispuestos a incorporar la sostenibilidad al núcleo de su estrategia empresarial, verán disminuir su capacidad operativa.



Gráfico: Tendencias de la industria del deporte (parcial) elaborado por SPSG Consulting

Se pidió a los asistentes del Sport Sustainability Summit, organizado por el Comité Olímpico Español, que estimaran en una escala de -3 (mínimo) a 3 (máximo), el grado de evolución en cuanto a la importancia de la sostenibilidad para las partes interesadas del sector deportivo en los próximos 5-10 años. Los resultados fueron muy claros: la sostenibilidad ya no es una opción, es una exigencia.



La complicada interconexión entre los tres pilares de la sostenibilidad subraya la necesidad vital de coherencia y equilibrio entre estas dimensiones. No se trata únicamente del progreso individual dentro de cada pilar, sino de su avance colectivo en sincronía. El gráfico ilustra vívidamente esta integración esencial. Por ejemplo, la regeneración medioambiental depende tanto del desarrollo económico como de la cohesión social. Estos pilares son interdependientes y se influyen y potencian mutuamente.



Las siguientes secciones profundizan en cada uno de los tres pilares – económico, social, y medioambiental – su importancia, retos, soluciones y mejores prácticas de las partes interesadas en el deporte.

Sostenibilidad – LOS TRES PILARES

i. SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

La **sostenibilidad económica** hace referencia a la capacidad de una economía para mantener y mejorar su bienestar general a lo largo del tiempo. Implica la capacidad de gestionar los recursos, promover el crecimiento económico y garantizar que las generaciones presentes y futuras se encuentren con un entorno económico estable y próspero. Para alcanzar la estabilidad económica, los actores del deporte deben llevar a cabo una asignación responsable de los recursos, transparencia financiera y una gobernanza cualificada, entre otros aspectos.

El sector deportivo europeo ha experimentado una gran afluencia de inversiones en la última década. Dirigida por la profesionalización y comercialización de la industria (al mismo tiempo que la impulsa) el interés de los inversores por el deporte se encuentra en su punto más alto. Además, los titulares de derechos pretenden aprovechar estas inversiones para financiar estrategias de expansión, mientras que los inversores persiguen activamente la integración de carteras deportivas, tecnológicas y de entretenimiento (Deloitte, El futuro del Deporte, 2023). Cabe destacar que en 2022 se realizaron más de 220 operaciones de fusión y adquisición en el sector del deporte. El 52% de las transacciones mundiales se realizaron en Europa y el 32% en Estados Unidos (Deloitte, El futuro del Deporte, 2023). Esta tendencia también es aplicable a las marcas que buscan diversificar su cartera de patrocinios.

En mayo de 2022, el **Real Madrid C.F.** estableció una asociación a largo plazo con **Sixth Street**, garantizando 360 millones de euros destinados a la inversión en las diversas actividades del club. A cambio, Sixth Street obtuvo derechos de participación exclusivos en nuevas oportunidades de negocio del estadio Santiago Bernabéu durante los 20 años siguientes (Sixth Street, 2022).

En septiembre de 2023, **Ares Management** invirtió 500 millones de dólares en el **Chelsea FC** (ESPN, 2023).

En agosto de 2022, **RedBird Capital** anunció la firma de la adquisición del club de la Serie A, el **AC Milan**, por un total de 1.200 millones de euros (AC Milan, 2022).

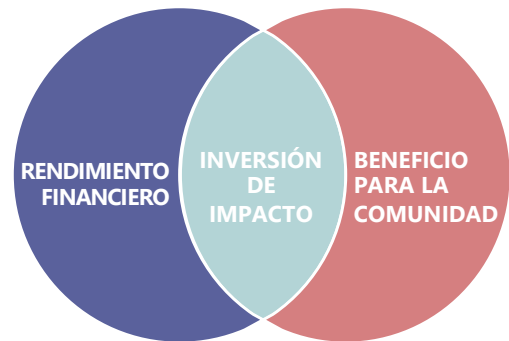
En 2022, **EA Sports** se convirtió en patrocinador del **Fútbol Femenino de la UEFA** y creó el "Starting XI Fund", un fondo acelerador de 11 millones de dólares estadounidenses destinado a impulsar el crecimiento del juego. El objetivo principal es mejorar la asociación y hacer avanzar el fútbol femenino (EA Sports, 2022).

En agosto de 2023, **Qatar Sport Investment** adquirió el **World Padel Tour** para formar un Premier Padel Tour unificado bajo la gobernanza de la Federación Internacional de Pádel (World Padel Tour, 2023).

En enero de 2023, **Viacom** pagó 116 millones de dólares estadounidenses por los derechos audiovisuales de la **Women's Indian Premiere League (WIPL)** durante cinco años (SportsPro, 2023).

Los importantes cambios y tendencias de los mercados financieros están reconfigurando el panorama de la financiación de proyectos deportivos. En los últimos 20-30 años se ha producido una transformación revolucionaria en el mercado financiero, marcada por el predominio del capital de inversión institucional sobre los inversores particulares. Consecuentemente, existen implicaciones de gran alcance, introduciendo cambios en las normas y reglamentos. Cada vez se hace más hincapié en las inversiones responsables. Estas son impulsadas especialmente por las generaciones más jóvenes, quienes abogan por consideraciones que van más allá de los beneficios monetarios, como el impacto medioambiental y social de las inversiones.

El concepto se entiende como "Inversión de Impacto" (*Impact Investment* en inglés), y significa un alejamiento de la rentabilidad como único factor determinante en la lógica del mercado financiero. Factores como el impacto social o medioambiental positivo computable son medidas clave para la inversión de impacto. En la actualidad, el valor del mercado de *Impact Investment* asciende a 1,164 billones de USD en activos gestionados (AUM), lo que demuestra el inmenso potencial que tiene el deporte para entrar en este mercado, siempre que los proyectos aporten un valor tangible (Global Impact Investing Network, 2022).



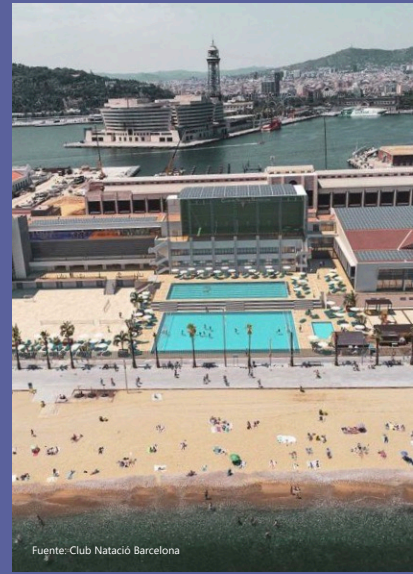
En respuesta, los organismos reguladores, las organizaciones y los gobiernos han participado activamente en el establecimiento de nuevas normativas destinadas a fomentar un futuro sostenible, centrándose en los tres pilares: medioambiental, social y económico. Estos esfuerzos se extienden a obligar a los inversores a adherirse a la nueva legislación, pasando de los ODS a los requisitos y normas medioambientales, sociales y de gobernanza (ESG) más detallados y estrictos esbozados por el Acuerdo de París sobre el medioambiente. A pesar de estos avances, persisten las dificultades para medir determinados aspectos, en particular el impacto social. La Comisión Europea está abordando esta cuestión mediante el desarrollo de nuevos reglamentos para establecer métricas específicas, estandarizar puntos de referencia y herramientas, y proporcionar una taxonomía de las industrias con diferentes niveles de riesgo para los impactos ambientales y sociales.

En comparación con hace dos décadas, el mercado actual está más regulado y normalizado, con objetivos claros en los que colaboran tanto los gestores de capital como las empresas. La convergencia está dando forma al emergente mundo de la inversión de impacto, en el que las inversiones tienen un doble objetivo: obtener beneficios económicos y cumplir criterios ESG. La colaboración entre la financiación privada y la pública es compleja e implica a numerosas partes interesadas y consideraciones jurídicas. En beneficio mutuo, es esencial desarrollar proyectos de doble finalidad que se centren en los aspectos sociales y medioambientales al tiempo que garantizan la rentabilidad. En España ya están surgiendo proyectos de este tipo, apoyados por la inversión internacional.



Como ejemplo, el Club Natació Barcelona (CNB) ha anunciado recientemente la asignación de 1,8 millones de euros de la UE para modernizar sus instalaciones deportivas. El club utilizará esta cantidad del Programa Next Generation de la Unión Europea para iniciar su proyecto de eficiencia tecnológica como parte del proyecto de remodelación del club: CNB S-XXI. La remodelación del club cuenta con una inversión de 12 millones de euros del grupo mexicano Green Track (2playbook, 2023).

La sostenibilidad se sitúa en el eje estratégico central del CNB, con la premisa de que la viabilidad económica y la sostenibilidad van de la mano. Como ejemplo, parte del proyecto del CNB consiste en la renovación de su histórica piscina exterior de 1922 para reutilizar los materiales existentes e impulsar el rendimiento, el disfrute y la accesibilidad. Como compartió Xosé Carlos Fernández, Director General del Club Natació Barcelona, durante el Sport Sustainability Summit, el proyecto de sostenibilidad del agua se basa en cuatro pilares. En primer lugar, dotar al club de piscinas e infraestructuras acuáticas de calidad para competir al más alto nivel. En segundo lugar, la completa movilidad y accesibilidad en todo el club. El tercer punto consiste en abrir la piscina al público exterior, para ser más permeable al público y fomentar la convivencia con el CNB; devolviendo a los ciudadanos y permitiendo que todos disfruten de las instalaciones. Por último, CNB quiere combatir el problema de la escasez de agua mediante la implantación de medidas que garanticen la conservación y el cuidado del agua potable en sus instalaciones (Fernández, 2023). El proyecto de remodelación de CNB es un claro ejemplo de Inversión de Impacto, ya que busca la viabilidad financiera a través de prácticas sostenibles.



Fuente: Club Natació Barcelona

El Real Madrid FC es otro excelente ejemplo de club sostenible, y su trabajo abordando los tres ejes de sostenibilidad le ha situado en el podio del *Ranking Brand Finance* de propiedades deportivas más sostenibles. El club también se encuentra en las primeras posiciones del ranking sobre mejor gobernanza. En el Sport Sustainability Summit, José María García, Director de RRHH y Sostenibilidad del Real Madrid, afirmó que el éxito en gobernanza se atribuye principalmente al intenso enfoque en el cumplimiento del reciente crecimiento exponencial de los marcos regulatorios. El Real Madrid tiene una estrategia claramente definida para cumplirlos: *"tenemos la responsabilidad moral de cumplir la ley, pagar impuestos, luchar contra la corrupción y garantizar el bienestar de sus grupos de interés"* (García, 2023). La remodelación del Santiago Bernabéu por parte del Real Madrid aboga por la sostenibilidad: reutilización de estructuras, asociación con Ecoembes para el reciclaje, innovación en jardinería para un mantenimiento respetuoso con el medio ambiente, recogida de agua de lluvia y reutilización de elementos antiguos del estadio a través del proyecto "Memorabilia". Además, el club se ha adherido al movimiento de convertirse en un estadio multifuncional, diseñado para albergar diversos eventos y funciones más allá de los partidos de fútbol.

Diversidad de ingresos

Variedad de eventos

Servicios innovadores

Involucración comunitaria

El carácter multifuncional de los estadios ofrece numerosas ventajas. En primer lugar, permite generar ingresos más allá de los partidos de fútbol, ofreciendo oportunidades para diversos eventos que contribuyen a la sostenibilidad financiera del club al tiempo que atraen creativamente a los patrocinadores. En segundo lugar, estos estadios acogen una amplia gama de eventos, desde conciertos hasta partidos de fútbol americano, lo que maximiza su utilización y versatilidad. Además, están diseñados con instalaciones y servicios innovadores que mejoran la experiencia general de los aficionados y los asistentes. Por último, al albergar acontecimientos atractivos para públicos diversos, los estadios multifuncionales fomentan el compromiso y el apoyo de la comunidad en general.

La remodelación de un club requiere una inversión inicial considerable, la cual puede no estar al alcance de todos los establecimientos. Sin embargo, cuando se ejecuta de forma eficaz, se convierte en una forma de inversión de impacto, generando beneficios económicos, ajustándose a los criterios ESG y, lo que es esencial para los establecimientos deportivos, mejorando la experiencia general de los aficionados.

La buena gobernanza es un pilar esencial cuando se habla de sostenibilidad: económica, social y medioambiental. Está conformado por la alta dirección de la empresa, la parte organizativa, el control y las métricas de cumplimiento, que deben funcionar de forma transparente dentro de los marcos legales. La gobernanza y el cumplimiento deben ajustarse a la realidad empresarial actual y abarcar aspectos de gobernanza tanto financieros como no financieros.

El consejo de administración desempeña un papel fundamental en el éxito de una empresa. Los consejos eficientes no sólo sirven como red de seguridad del CEO, sino también como impulsores de la supervivencia de la empresa. Por lo tanto, deben desarrollar y compartir un objetivo organizativo a largo plazo para maximizar el valor. De ahí que sea indispensable un consejo bien preparado, que posea amplios conocimientos internos de la empresa y comprensión del mercado externo. Además, es importante incluir asesores externos a la empresa, para tener una perspectiva imparcial y distanciada.

Teniendo en cuenta la creciente importancia de los aspectos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG), los consejos de administración deberían dar prioridad a la incorporación de factores y métricas. Para reforzar el cumplimiento, y en respuesta a la creciente importancia de la sostenibilidad para los inversores y las partes interesadas, cada vez más empresas están integrando objetivos en los incentivos para los altos ejecutivos de la empresa. Tales incentivos no sólo aumentan el valor para los accionistas, sino que también fomentan un enfoque a más largo plazo entre los directores ejecutivos, elevan el valor de la empresa y aumentan la adopción de incentivos medioambientales y sociales dentro de la empresa.

"El éxito en la gobernanza se atribuye sobre todo a la intensa atención prestada al cumplimiento del reciente crecimiento exponencial de los marcos reguladores." J.M.García

ii. SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL

La sostenibilidad medioambiental se refiere al uso responsable y la conservación de los recursos naturales de la Tierra para satisfacer las necesidades de la generación actual sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Implica tomar decisiones y emprender acciones que tengan en cuenta la salud a largo plazo de los ecosistemas, la biodiversidad y el bienestar del planeta. Este concepto engloba una amplia gama de prácticas, políticas y estrategias diseñadas para hacer frente a retos medioambientales como el cambio climático, la contaminación, la deforestación y la pérdida de biodiversidad. El deporte no es ajeno al medio ambiente, ya que interactúa de diversas maneras e influye significativamente en la biodiversidad



Cuando se les preguntó acerca de sus principales preocupaciones, la Generación Z posicionó el "cambio climático" como su segunda preocupación más urgente, seguida por el "coste de vida" y precediendo al "desempleo" y la "salud mental de mi generación" (Deloitte, Deloitte Global Gen Z Survey, 2022). Además, el estudio reveló que la gran mayoría (90%) de la Generación Z busca reducir su impacto personal en el medio ambiente. A pesar de ello, perciben una falta de compromiso firme por parte de empresas y gobiernos, motivando a muchos a presionar a sus empleadores para adoptar prácticas más sostenibles (Deloitte, Deloitte Global Gen Z Survey, 2022). Es fundamental señalar que la Generación Z pronto superará en número a los Millennials, convirtiéndose en la generación más poblada del planeta, ya que más de un tercio de la población mundial se identifica como perteneciente a esta generación. Por ello, es crucial que las partes interesadas actúen de manera responsable si desean mantener su atractivo para sus seguidores y usuarios.

El **Comité Olímpico Español**, junto con el Banco Santander y la FEMP, ha inaugurado en Pamplona el primer Bosque Olímpico Español para compensar la huella de carbono causada por el Equipo Español en los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio2020 (COE, 2023).

SailGP ha establecido una clasificación paralela, la "*Impact League*", que evalúa exclusivamente los KPI de sostenibilidad e inclusión y premia a los concursantes en consecuencia (SailGP, 2023).

El **Triatlón Mundial** presiona constantemente a las autoridades locales para mejorar la calidad del agua, comprometiéndose actualmente a limpiar el río Senn. La acción no solo es para los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de París 2024, sino también como un legado ambiental para los ciudadanos (World Triathlon, 2023).

Coordinado por el **Comité Olímpico Español**, el proyecto "*Green Flame*" presenta una herramienta digital de medición de la huella de carbono en el deporte. El proyecto está financiado por la Comisión Europea y cuenta con el apoyo de los CON portugués y rumano, con la supervisión del COI y de los Jóvenes Líderes del COI (Europapress, 2023).

El proyecto "*Forever Green*" del **Real Betis Balompié** engloba una amplia variedad de proyectos de sostenibilidad, abordando diversas cuestiones como la movilidad, el reciclaje, el cambio climático, la diversidad y la inclusión (Forever Green, 2023).

McLaren ha sustituido el asiento de fibra de carbono de su F1 por otro fabricado con fibras textiles renovables (lino). Esta alternativa garantiza una reducción del 75% de la huella de carbono, es un 9% más ligera y proporciona una amortiguación superior de las vibraciones (McLaren, 2020).

LEWaterpolo, la primera liga sostenible de España, obtuvo el sello del COE de evento deportivo sostenible auditado por Bureau Veritas. En materia económica, trata de ayudar a los clubes a idear formas de reducir costes, especialmente en agua, energía y recursos humanos. Desde el punto de vista medioambiental, la liga da prioridad a la exploración de fuentes de energía alternativas para calentar sus piscinas (LEWaterpolo, 2023).

El **Ladies European Tour** promueve la sostenibilidad medioambiental a través del proyecto "*Celebrating the Green Presented by Dow*". La iniciativa amplifica la labor positiva que se lleva a cabo en el circuito, proporcionando una plataforma de comunicación con las partes interesadas y promoviendo las prácticas ecológicas y el liderazgo entre sus promotores (LET, 2020).

En el **Bàsquet Girona**, todas las actividades están vinculadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a través de la estructura de gobierno del club. El compromiso es tal que, antes del inicio de la temporada, implican a los jugadores y hacen que decidan en qué ODS quieren centrarse a lo largo de la temporada (Bàsquet Girona, 2023).

Sumando a los esfuerzos mencionados, cabe destacar la continua implicación del Comité Olímpico Internacional (COI) en el fomento de estrategias de sostenibilidad dentro de todo el Movimiento Olímpico. Julie Duffus, Senior Manager del COI en Sostenibilidad del Movimiento Olímpico, destacó durante el Sport Sustainability Summit que *"el COI colabora con 205 Comités Olímpicos Nacionales (CON) e involucra a miles de atletas de todo el mundo, cada uno con capacidades, tamaños y recursos diferentes"*. Además, el COI está estudiando cada deporte individualmente, reconociendo sus impactos en diferentes entornos.

Se insta a los deportes que están en contacto directo con el medio ambiente a convertirse en guardianes de la conservación de la biodiversidad debido al impacto en su entorno, sus campos de entrenamiento y sus competiciones. Por ende, la colaboración entre instituciones, propiedades y marcas es necesaria para poner en práctica estas estrategias, creando así asociaciones que produzcan resultados positivos y enciendan un sentido de propósito.



Actualmente vivimos en la era del "beneficio con propósito". Como cita Enrique Arribas, presidente de la Asociación de Marketing de España y ex vicepresidente director de Marca y Marketing Corporativo del Santander, en su libro "Marcas ConFianza", *"una empresa que descuida el cumplimiento excelente de su misión empresarial y la generación de beneficios para sus accionistas es tan poco fiable como otra que opera en el mercado sin tener en cuenta prácticas éticas y responsables. Vivimos en la era del 'beneficio con propósito'"*. En consecuencia, en el desarrollo de estrategias empresariales y de patrocinio, es crucial alinearse con marcas y propiedades que prioricen la sostenibilidad en su núcleo.

Evolución de la importancia de la sostenibilidad medioambiental

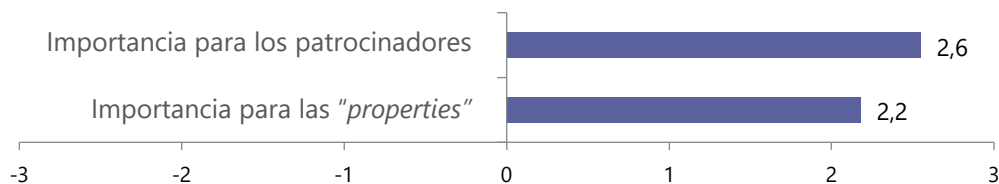


Figura: Sostenibilidad medioambiental en el marketing deportivo, publicado por la Asociación de Marketing de España en julio de 2022. El gráfico responde a la pregunta "en una escala de -3 (máxima evolución negativa / máximo decrecimiento) a +3 (máxima evolución positiva - máximo crecimiento), estime el grado de evolución de la importancia en los próximos 5 años de la sostenibilidad medioambiental en el marketing deportivo".

Como ejemplo, la Asociación de Clubes Españoles de Balonmano (ASOBAL) y Plenitude, tienen un acuerdo estratégico de patrocinio que vincula a ambas marcas hasta la temporada 2024/2025. Con este patrocinio, Plenitude quiere apoyar a la liga de balonmano en su apuesta por un uso responsable y sostenible de la energía. ASOBAL, firmante de la Acción por el Clima del Deporte de Naciones Unidas, se compromete a modificar las prácticas de sus clubes asociados, profesionales, jugadores, entrenadores y equipaciones a través del proyecto 'Huella Cero'. El objetivo es convertirse en la primera liga profesional Española con huella de carbono cero.

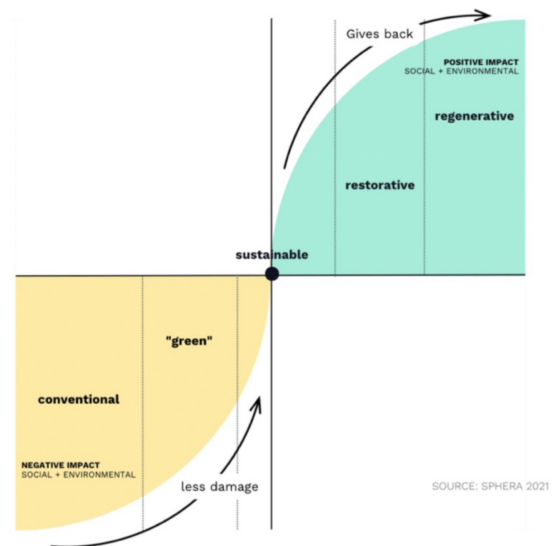
Las asociaciones de patrocinio permiten tanto a las *sport properties* como a las marcas patrocinadoras crear un valor significativo y contribuir a la sociedad. Como se expone en el estudio "Sostenibilidad Medioambiental en el Marketing Deportivo", los expertos prevén una tendencia al alza en la inclusión de más activos relacionados con la sostenibilidad para su activación por parte de los patrocinadores. Al mismo tiempo, se espera que los patrocinadores se comprometan más con aquellas "properties" que prioricen estos aspectos (CEMDE-AMKT, 2022).

Como declaró recientemente Manuel Parga, Director de Marketing, Sostenibilidad y RRHH del Comité Olímpico Español, *"nadie es sostenible al 100%, pero nos esforzamos para que los eventos deportivos reduzcan su huella de carbono. Conseguir una huella de carbono completamente nula sería muy sostenible, aunque es imposible; lo que podemos hacer es minimizarla al máximo y compensar lo que no se pueda reducir mediante carbono verde (reforestación) y carbono azul (reforestación marina) (Parga, 2023)."*



En consecuencia, los organizadores de eventos de renombre como los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de París 2024 colaboran diligentemente para lograr la neutralidad de carbono en la construcción de infraestructuras y operaciones deportivas. Los Juegos de París 2024 pretenden evitar la creación de infraestructuras que se conviertan en elefantes blancos. Los modelos de construcción tratarán de tener el menor impacto y un efecto positivo en la biodiversidad de su entorno (Parga, 2023).

Está surgiendo una nueva tendencia en materia de sostenibilidad medioambiental; es hora de hablar de un cambio de paradigma y apuntar hacia la regeneración del capital natural. La sostenibilidad regenerativa no consiste simplemente en reducir el daño o revertirlo, es un enfoque netamente positivo que reconcilia las esferas ecológica, social, económica y política, aportando beneficios positivos, mutuamente reforzantes y duraderos a los sistemas humanos y ecológicos (Royal Roads University, 2023). Como asegura Carlos Duarte, catedrático de Ciencias del Mar y ponente en el Sport Sustainability Summit, *"sostenibilidad significa neutralidad y equilibrio, y el estado actual del planeta requiere algo más que equilibrio para recuperarse. Es necesario un impacto positivo, restaurador, regenerativo (Duarte, 2023)."*



Hoy en día, ya existen casos de éxito que demuestran el compromiso de las propiedades deportivas con la regeneración de la biodiversidad, ejemplificados por propiedades como Xtreme-E y Fórmula-E. Anteriormente, la industria de las carreras automovilísticas era altamente contaminante debido a su naturaleza, pero ha experimentado una transformación. En el caso de las propiedades mencionadas, su compromiso con el impacto regenerador es evidente en cada lugar donde compiten. Han reintroducido una rana casi extinta en Atacama, han plantado árboles en la selva amazónica, han repoblado un río en Escocia e incluso han repoblado una mina de carbón tras finalizar allí las actividades de las carreras. Otro ejemplo es la colaboración del profesor Carlos Duarte con Iberostar Hotels para crear el proyecto "Olas de Cambio", dedicado a reparar dunas costeras, arrecifes de coral y espacios verdes (Duarte, 2023).

"EL ESTADO ACTUAL DEL PLANETA REQUIERE ALGO MÁS QUE EQUILIBRIO PARA RECUPERARSE. ES NECESARIO UN IMPACTO POSITIVO, RESTAURADOR, REGENERATIVO."

En particular, la inversión en actividades regenerativas supera a la de la propia competencia. Sin embargo, no invertir hoy en sostenibilidad significa no poder operar en un futuro próximo. Aunque el camino para adquirir una mentalidad regenerativa es complejo, el profesor Carlos Duarte ha ideado un plan y unas bases sencillas y claras para el deporte regenerativo:

1. Garantizar que el deporte sea saludable para las personas y el planeta
2. Centrándose en ODS específicos, estos son: 2-Hambre Cero; 12-Consumo y Producción Responsables; 16-Paz, Justicia y Fortalecimiento Institucional, 17-Asociaciones para los Objetivos. En consecuencia, aumenta la biodiversidad y es posible alcanzar otros ODS (como 3-Buena salud y bienestar, 5-Igualdad de género, 8-Trabajo decente y crecimiento económico, 9-Industria, innovación e infraestructuras, 10-Reducción de las desigualdades, 11-Ciudades sostenibles, 13-Acción por el clima, 14-Vida bajo el agua y 15-Vida en la tierra). (Duarte, 2023).

En conclusión, la intersección de la sostenibilidad y el deporte anuncia una nueva era de acción responsable dentro del sector, en la que las acciones regenerativas están adquiriendo gran importancia. A medida que las partes interesadas dan cada vez más prioridad a la responsabilidad medioambiental, se hace más evidente el poder transformador del deporte para impulsar un cambio positivo. Adoptar la sostenibilidad no sólo aumenta el valor de la marca, sino que también fomenta un futuro en el que el deporte sirva de catalizador para los esfuerzos globales de sostenibilidad.



iii. SOSTENIBILIDAD SOCIAL

Según la definición de Impacto Global de las Naciones Unidas, la sostenibilidad social implica reconocer y gestionar los efectos positivos y negativos que una empresa tiene sobre las personas.

La interacción de las empresas con sus grupos de interés es fundamental. Ya sea directa o indirectamente, las empresas afectan a lo que sucede a los empleados, los trabajadores de la cadena de valor, los clientes y las comunidades locales. La gestión proactiva y responsable de estos impactos es crucial (UN Global Impact, 2023). Dada su influencia y poder en la sociedad, el deporte debe aprovechar su impacto para concentrarse en la responsabilidad social y la inclusión.

El deporte tiene la capacidad de trascender más allá del día del acontecimiento deportivo; en consecuencia, debe utilizarse como herramienta para mejorar no sólo el presente sino, sobre todo, el futuro. Clubes, atletas y organizaciones deportivas asumen cada vez más el papel crucial que desempeña el deporte en la sociedad para crear un mayor bienestar para todos. Estos proyectos no dejan de crecer, tanto a escala nacional como internacional.

El proyecto **Adidas "Breaking Barriers"** es un programa paneuropeo de igualdad de género que se centra en mejorar la capacidad de la industria del deporte en Europa para atender mejor a las mujeres y las niñas. En colaboración con expertos en igualdad de género y deportes como *Common Goal*, *Women Win* y *Soccer Without Borders*, el proyecto pretende influir positivamente en la vida de 50.000 mujeres y niñas para el año 2025 (Adidas, 2023).

Naomi Osaka colabora con *Modern Health* para desestigmatizar la salud mental y aumentar los recursos en las comunidades desfavorecidas. Como principal defensora de *Modern Health Community*, Osaka elabora herramientas de meditación a medida, organiza eventos de salud mental utilizando el deporte para niñas y forma a proveedores infra-representados para mejorar el acceso a la atención de salud mental en regiones marginadas (Modern Health, 2021).

El Real Betis Balompié, en colaboración con la ONCE, ha lanzado una aplicación a través de Moovit para facilitar el acceso al estadio a personas con discapacidad visual el día del partido (ONCE, 2023).

La **Homeless World Cup**, un torneo mundial de fútbol que se celebra anualmente, ayuda a las personas vulnerables a la exclusión social a superar la pobreza. La primera edición se celebró en Graz en 2003 con 144 jugadores de 18 naciones. Desde entonces, ha visitado 15 ciudades de todo el mundo y ha crecido hasta acoger a 64 equipos con un total de más de 500 jugadores (Homeless World Cup, 2023).

Desde 2013, la **Gasol Foundation** se ha comprometido a erradicar la obesidad infantil bajo el lema "cero obesidad infantil". Logran esto mediante la investigación, desarrollo y aplicación de programas de promoción de la salud, así como a través de actividades de concientización dirigidas a la población (Gasol Foundation, 2023).

El Comité Olímpico Español ha incluido en sus sellos de sostenibilidad la **categoría PLUS**. Esta categoría consiste en reconocer y poner en valor las acciones sociales que un evento deportivo puede poner en marcha con motivo de la celebración del evento y alrededor del ODS#1 y ODS#2: donación de un porcentaje de la facturación a causas sociales (ONGs), programa de recogida de alimentos, cesión de espacios a ONGs para que durante el evento promocionen sus fines, etc. (COE 2021).

Además de los esfuerzos de marcas y propiedades, es fundamental destacar la contribución de los deportistas a la sostenibilidad social. Como figuras prominentes de la sociedad, los deportistas poseen una influencia y una visibilidad considerables, lo que les convierte en poderosos defensores de la sostenibilidad social. Su plataforma les permite inspirar e influir en los aficionados, sobre todo en la generación más joven, para que adopten comportamientos y causas sociales positivos. Aprovechando su amplio alcance a través de los medios de comunicación y los patrocinios, los deportistas pueden amplificar los mensajes, concienciar e impulsar la acción para el cambio social. Como declara Sergio Garrote, atleta de élite de ciclismo adaptado y medallista paralímpico, "*la responsabilidad de un atleta como "icono" social ya conlleva, implícitamente, un eje de sostenibilidad*" (Garrote, 2023). Además, el ciclista español destaca cómo el deporte puede contribuir directamente a ocho de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 de la ONU, con conexiones indirectas con los nueve restantes.

Sin embargo, para conseguirlo es necesaria la comunicación entre los agentes del sector deportivo y las diferentes disciplinas. Como afirma Marc Gasol, jugador de baloncesto de élite, campeón de la NBA y presidente del Bàsquet Girona, "*la sostenibilidad, la aportación de valor al deporte y la mejora de la salud mental se producen más rápido y mejor cuando todos están coordinados e incluidos*" (Gasol, 2023). El intercambio de diálogo fomenta el bienestar, la puesta en común de valores y la difusión del conocimiento. Extender esta práctica de forma transversal podría beneficiar enormemente a todas las partes interesadas en el deporte.

En el Sport Sustainability Summit, se llevaron a cabo talleres en los que participaron las principales partes interesadas y expertos de la industria del deporte para garantizar que el impacto del evento fuera más allá de la mera información y concienciación. Bajo la dirección de Rocío Rivera, *Head Coach* en *High Performance Inc*, estos talleres se centraron en la diversidad y la inclusión, y la acción social y la sostenibilidad, entre otros temas.

El taller "Diversidad e inclusión" abordó el compromiso de las organizaciones deportivas con la diversidad de los participantes en los eventos deportivos y en el sector del deporte en general, así como la inclusión de los grupos minoritarios, independientemente de su origen, raza, género, orientación e identificación sexual o discapacidad. A través del método de "Innovación Abierta", los participantes contribuyeron a la elaboración de la estrategia que el Comité Olímpico Español implementará. Entre las principales conclusiones de esta sesión cabe destacar las siguientes

- Garantizar la igualdad de condiciones entre deportistas masculinos y femeninos
- Crear medios para que las personas con discapacidad se integren en la comunidad deportiva.
- Reconocer y recompensar no sólo los logros deportivos, sino también los valores.
- Reconocer el deporte como herramienta de inclusión social.
- Hacer hincapié en la aplicación de la legislación vigente.
- Diseñar planes profesionales para los atletas paralímpicos, alejándose de actitudes "paternalistas" (aunque bien intencionadas) y proporcionando apoyo financiero.



El taller enfocado en acción social abordó el compromiso de las organizaciones deportivas y los atletas con la sostenibilidad, destacando las asociaciones nuevas y en curso. Se centró específicamente en la lucha contra la pobreza infantil de forma altruista (vinculada a los ODS 1 y 2) y en la incorporación de los criterios para la obtención del Sello COE de Entidad y Eventos Deportivos Sostenibles. Entre los aspectos más destacados de este taller cabe mencionar:

- Animar a las adolescentes a encontrar la alegría y la conexión social a través del deporte para combatir las tasas de abandono escolar.
- Defender la igualdad de género en los programas deportivos a través de las plataformas mediáticas.
- Implicar a los deportistas activos en procesos continuos y no en acciones puntuales. De ahí que aumente el impacto cuando, por ejemplo, el adolescente es un sujeto activo y participa.
- Evaluar los programas en función de los objetivos establecidos.
- Crear embajadores olímpicos (atletas que cursan estudios), para apoyar a los grupos desfavorecidos en funciones polifacéticas.
- Facilitar financiación a través de eventos deportivos (como maratones, etc.).
- Dar visibilidad a los jóvenes deportistas refugiados a través del COE.
- Recibir apoyo local, sin salir del entorno familiar del atleta minoritario.
- Formación de entrenadores para trabajar eficazmente en entornos desfavorecidos.

El deporte tiene un gran poder a la hora de abordar los problemas sociales prevalentes. Sirve de plataforma para defender causas sociales y promover la inclusión, la igualdad y la justicia. La discriminación en cualquiera de sus formas es perjudicial; por ello, la sostenibilidad social pretende fomentar la cohesión y la inclusión abordando diversas desigualdades. Cuando se aplica eficazmente, el deporte puede dejar diversos legados sociales en la sociedad, como fomentar la salud y el bienestar, crear cohesión comunitaria, mejorar la educación, influir en la cultura y contribuir al crecimiento económico a través de grandes eventos y organizaciones deportivas.



El taller enfocado en aprovisionamiento sostenible abordó la realidad del modelo de consumo y de aprovisionamiento de las organizaciones deportivas y de los eventos deportivos. Se focalizó en el ODS#12 y en la necesidad de definir e implantar políticas de compras sostenibles dentro de las organizaciones. La actual regulación europea está avanzando rápidamente en normativa que aborda los retos de la economía circular. La creciente "industria sostenible" es un sector que proporciona bienes y servicios sostenibles al ámbito deportivo, pero la clave radica en el comportamiento del consumidor.

- **Involucrar a todas las partes implicadas**, especialmente a los deportistas: Se reconoció la necesidad de una participación integral, dando especial énfasis a la voz y experiencia de los deportistas.
- **Contratar proveedores locales con producción local**: Se destacó la importancia de minimizar el impacto de las emisiones del transporte al optar por proveedores locales, lo que permite un mayor control sobre el proceso de fabricación.
- **Reciclar los objetos sobrantes**: Se subrayó la necesidad de implementar prácticas de reciclaje efectivas para gestionar los excedentes de manera sostenible.
- **Utilizar el aprovisionamiento sostenible como herramienta transparente de marketing**: Se propuso aprovechar el enfoque sostenible como una herramienta transparente y efectiva de marketing para fortalecer la imagen corporativa.
- **Comunicar el orgullo de hacer las cosas bien a nivel corporativo**: Se destacó la importancia de la comunicación interna y externa para compartir los logros sostenibles como un elemento central de identificación del personal del COE con la organización.

El alcance 3 de huella de carbono cubre todos los insumos de las organizaciones y eventos y es donde se genera el mayor porcentaje de la huella de carbono. De ahí la necesidad de abordar el comportamiento de usuario en su consumo. Se debería consumir solo lo que se precisa (consume cantidades de forma responsable), consumir productos y servicios cuyo proceso de producción y puesta a disposición del usuario consumidor emita la menor huella de carbono (consume productos sostenibles), minimizar el residuo generado (que puede ser el propio producto o el *packaging* del producto) , y reutilizar los productos o dales una segunda vida, son algunos de los aspectos a tratar.

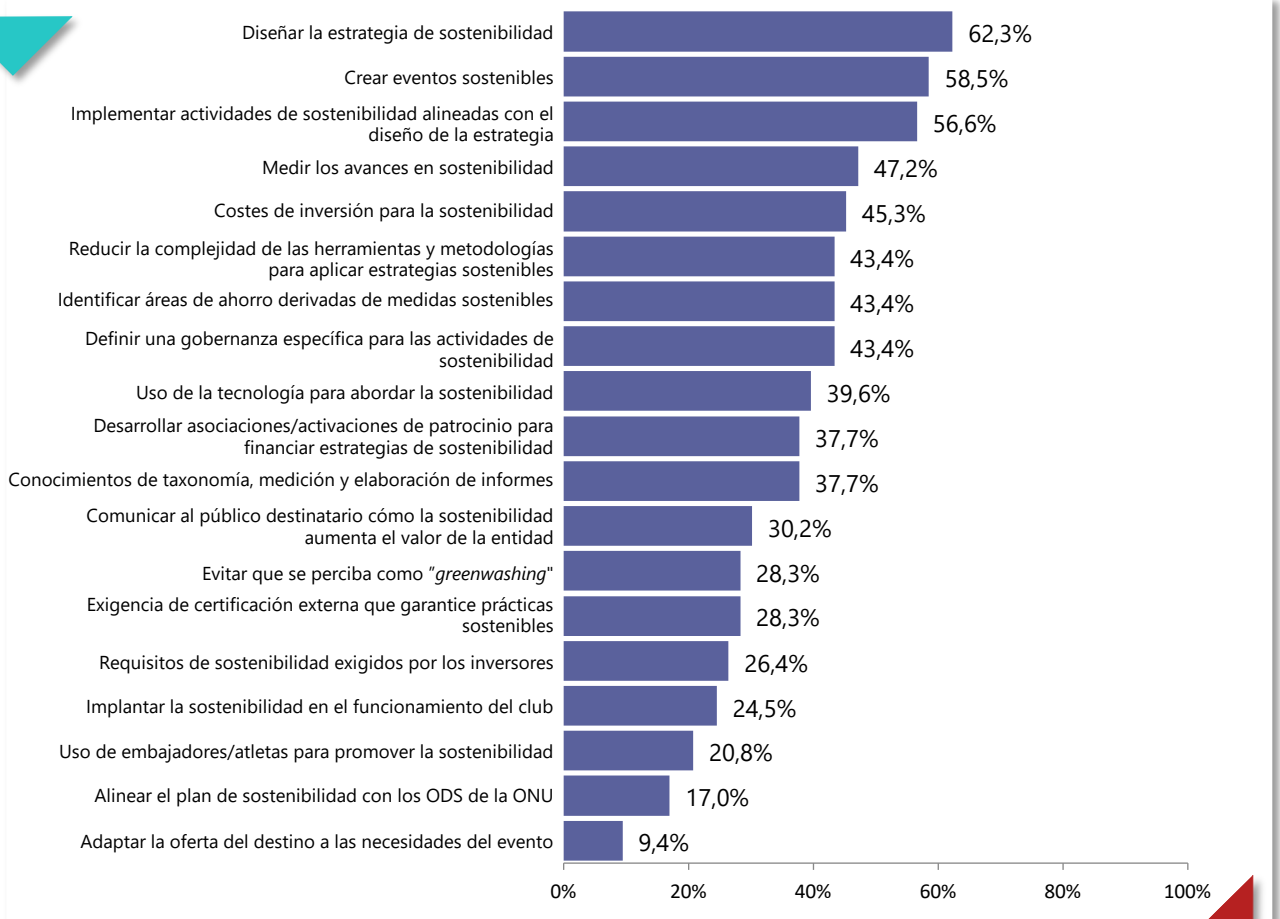
Afortunadamente la industria que rodea al deporte se está aplicando en ofrecer al sector productos y servicios sostenibles, gracias a la regulación cada vez mas exigente en este sentido y por otra parte a ciertas marcas que han visto en el aprovisionamiento sostenible un nuevo mercado. En esta línea, se puede destacar el objetivo de las aerolíneas de llegar a la descarbonización de su sector en el año 2050 a través del SAF. Este objetivo es muy importante dado que el peso de las emisiones de la movilidad aérea en el sector deportivo es muy alta





Objetivos & Obstáculos – VISIÓN GENERAL

Se pidió a los asistentes del Sport Sustainability Summit que indicaran, a partir de una lista determinada, los siete aspectos que, a su juicio, constituían los principales retos del sector deportivo en materia de sostenibilidad (económica, social y medioambiental). Los resultados fueron los siguientes:



LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

Según los encuestados, el diseño de la estrategia de sostenibilidad es el reto más importante. Sin embargo, esta tarea constituye la piedra angular para construir un futuro sostenible y está directamente interconectada con los demás retos presentados. Marca el hito inicial en el diseño de un marco capaz de alcanzar los objetivos trazados. Como afirma Deloitte, "la verdadera transformación sostenible exige un enfoque estratégico para determinar la combinación adecuada de objetivos, medidas, gestión y sistemas de gobernanza (Deloitte, 2023)". Para elaborar una estrategia sostenible, es crucial realizar un análisis interno exhaustivo de las capacidades. Este proceso sienta las bases para crear una hoja de ruta que permita alcanzar objetivos específicos, medibles, alcanzables, realistas y basados en el tiempo (SMART). Una vez fijados estos objetivos, la creación de asociaciones y el fomento de la colaboración resultan esenciales para alcanzar los hitos. Por último, las organizaciones deben prestar especial atención a la elaboración de informes y reglamentos, para hacer un seguimiento de los objetivos y evaluar los resultados.

En los últimos años se ha producido un crecimiento exponencial de los requisitos normativos en materia de sostenibilidad. Aunque la taxonomía de la UE aplicada al ecosistema deportivo es compleja, estos estrictos marcos aportan claridad sobre las expectativas y la estructura para la elaboración de informes. En medio de los retos organizativos, cada vez más empresas se centran en ayudar a las empresas a adherirse a marcos complejos, lo que conduce a un mayor impacto sostenible global.

La puesta en marcha de actividades sostenibles alineadas con la estrategia designada también se perfila como un reto importante, abordando tanto aspectos conceptuales como económicos. Los encuestados subrayan la magnitud de la inversión y los costes asociados a estas acciones como barreras adicionales. Sin embargo, evitar la inversión en sostenibilidad pone en peligro la capacidad operativa futura. A pesar de las exigencias financieras iniciales, una ejecución satisfactoria produce beneficios económicos, sociales y medioambientales. Además, la inversión puede mitigarse mediante asociaciones que ayuden a financiar las iniciativas de sostenibilidad. En particular, los patrocinadores están cada vez más interesados en asociaciones que vayan más allá de la visibilidad de marca. Informes como el "Barómetro de Patrocinio Deportivo" de SPSP Consulting subrayan la creciente importancia de "mejorar la reputación de la marca", "la reputación de marca" y "la asociación de valores".

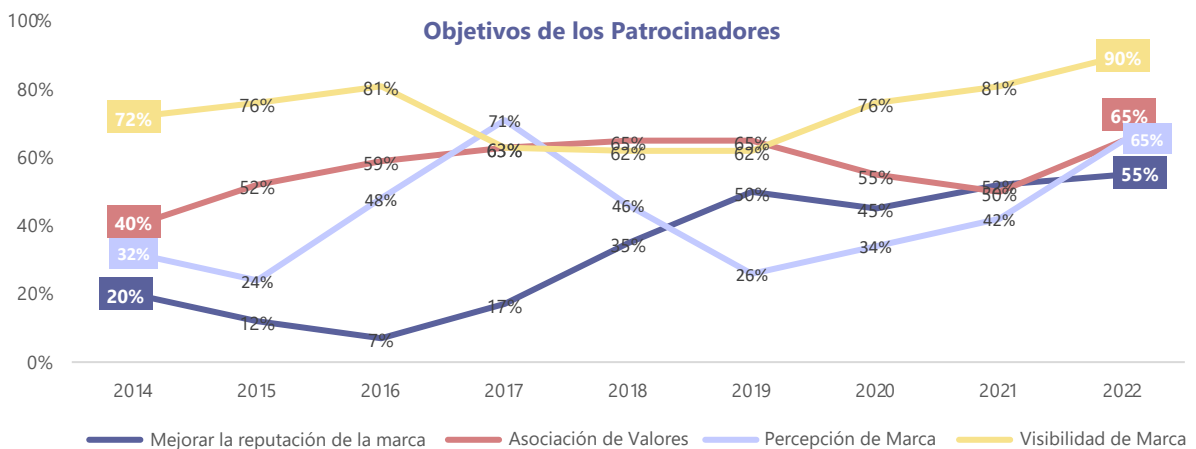
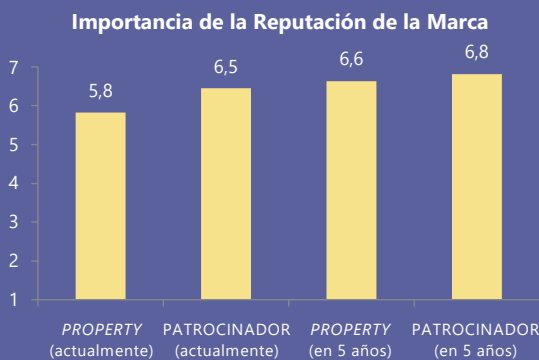


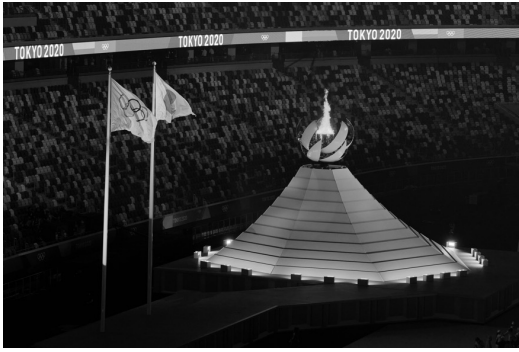
Gráfico: Barómetro de Patrocinio Deportivo de SPSP Consulting. Recopilación de resultados anuales de 2014 a 2022, respondiendo a la pregunta "objetivos de patrocinio más importantes" (multi-respuesta). Nota: la figura presenta resultados parciales, destacando únicamente el crecimiento de los elementos seleccionados.

El estudio de la Asociación Española de Marketing sobre "Sostenibilidad medioambiental en el marketing deportivo" subraya la creciente importancia de la reputación de marca tanto para los patrocinadores como para las propiedades deportivas. Las percepciones actuales ya ejercen una influencia significativa sobre las elecciones y la fidelidad de los consumidores, por lo que es esencial contar con una estrategia de sostenibilidad sólida.



La tendencia hacia la auténtica sostenibilidad se intensificará en los próximos cinco años, ya que los consumidores demandarán compromisos genuinos por parte de las marcas. Esto convierte a las iniciativas de sostenibilidad en necesidades estratégicas para patrocinadores y propiedades deportivas. Acciones tangibles como la reducción de la huella de carbono, la adopción de energías renovables y la promoción de eventos sostenibles les permitirán destacar como entidades responsables y visionarias, mejorando su reputación de marca.

Figura: Sostenibilidad ambiental en el marketing deportivo, publicado por la Asociación de Marketing de España en julio de 2022. El gráfico responde a la pregunta "indique, en una escala de 1(mínimo) a 7(máximo) la importancia de la reputación de marca para las propiedades y patrocinadores, actualmente y dentro de 5 años."

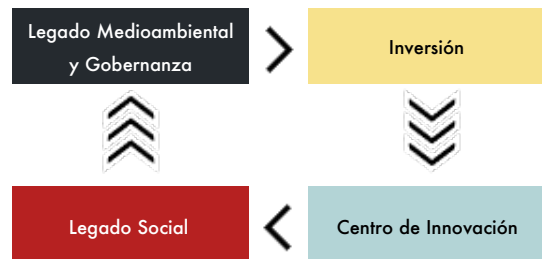


CREACIÓN DE EVENTOS SOSTENIBLES

La imagen de un acontecimiento deportivo es de gran importancia para el público. Con la sostenibilidad en el punto de mira de los consumidores, es crucial actuar de forma sostenible. La dicotomía existente entre los acontecimientos deportivos de masas sugiere que son económicamente beneficiosos, pero tradicionalmente muy derrochadores. Sin embargo, esto puede solucionarse mediante la aplicación de prácticas sostenibles.

En octubre de 2023, el Consejo de la FIFA anunció que la Copa Mundial de la FIFA 2030 será organizada por España, Portugal y Marruecos en una candidatura conjunta. Además, Uruguay, Argentina y Paraguay acogerán tres partidos con motivo de la celebración del Centenario. Esta decisión extiende la Copa Mundial de la FIFA 2030 a tres continentes y seis países. Aunque pretende "invitar al mundo entero a unirse a la celebración del deporte rey, del centenario y de la propia Copa Mundial de la FIFA" (FIFA, 2023), este evento expansivo suscita preocupación por el coste medioambiental, especialmente en lo que respecta a las emisiones relacionadas con los viajes. Por lo tanto, es esencial que las partes interesadas y los colaboradores apliquen prácticas que puedan mitigar el impacto medioambiental.

Antonio Laranjo, Director General de la Candidatura de la Copa Mundial de la FIFA 2030 España, Portugal y Marruecos, presentó la estrategia de sostenibilidad en el Sport Sustainability Summit. La estrategia "Pilares de la Candidatura 2030" se compone de cuatro pilares entrelazados, con un enfoque dominante en la sociedad y su legado social.



El pilar del **Legado Medioambiental y de Gobernanza**, ha llevado al Comité Olímpico Español a asociarse con Deloitte y expertos de reconocido prestigio en Biodiversidad y Carbono Azul, ACV, Agua, Energía, Educación y Legado, para abordar elementos cruciales como la alineación con la Agenda 2030 y los ODS. La candidatura enfatiza un enfoque holístico del progreso medioambiental, social y económico, superando los requisitos básicos de sostenibilidad de la FIFA. El pilar de **Inversión** resalta la importancia de las inversiones justificables centradas en el impacto social a largo plazo. Las inversiones más allá de los estadios, el transporte, la sanidad y la movilidad son cruciales para el progreso de la sociedad. Además, la candidatura incluye un pilar de **Centro de Innovación** destinado a mejorar las prácticas deportivas y las experiencias en los estadios a través de la investigación, centrándose en la participación de socios privados para la investigación y el desarrollo tecnológico. El pilar del **Legado Social** destaca el objetivo de la candidatura de promover la actividad física, la diversidad y la transformación social, buscando aumentar la inversión pública en infraestructuras sostenibles y transmitir valores de compromiso, resiliencia e inspiración.

Estos pilares, todos interconectados, deben aplicarse al unísono para crear un acontecimiento que aspire a ser sostenible y a crear un impacto positivo (económico, social y medioambiental) en las regiones implicadas. El modelo adoptado por la Copa Mundial de la FIFA 2030 puede aplicarse a otros acontecimientos deportivos.

Como observación final, cabe destacar el importante papel que desempeñan los gobiernos en la creación de eventos sostenibles, concretamente en los ámbitos de la movilidad, la asistencia sanitaria, la seguridad y el voluntariado. En la búsqueda de la sostenibilidad, las propiedades públicas y privadas deben trabajar juntas para lograr resultados óptimos para todas las partes implicadas.



EL FUTURO DE LA SOSTENIBILIDAD EN EL DEPORTE – OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

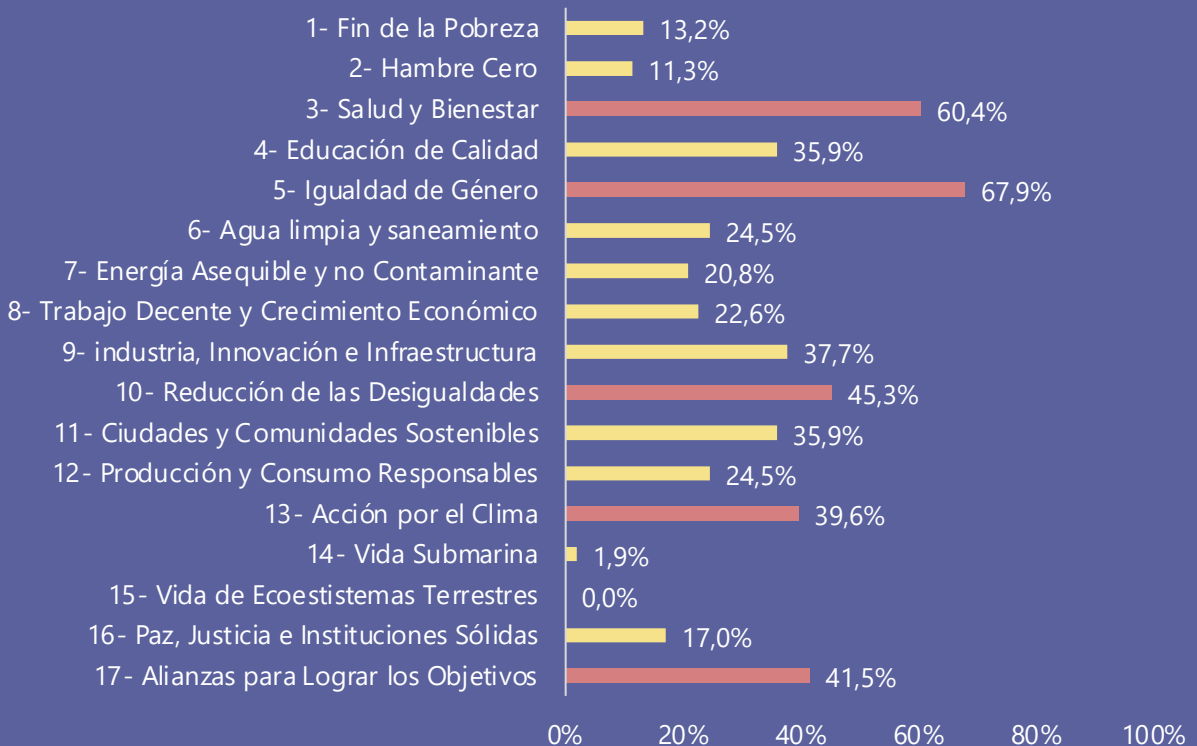
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fueron establecidos por las Naciones Unidas en 2015 como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Estos objetivos son un llamamiento universal a la acción entre todos los países -tanto desarrollados como en desarrollo- para acabar con la pobreza, proteger el planeta y garantizar la prosperidad para todos de aquí a 2030.

Abarcan una amplia gama de cuestiones interconectadas, con el objetivo de abordar los retos mundiales más acuciantes a los que nos enfrentamos hoy en día. Se pidió a los asistentes a la IV Cumbre sobre Sostenibilidad en el Deporte que seleccionaran, de entre los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, los 5 ODS que consideran que tendrán una mayor aplicación en la industria del deporte en los próximos 5-10 años.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



IGUALDAD DE GÉNERO

La igualdad de género en el deporte ha cobrado gran importancia en los últimos años, pero aún queda mucho por hacer. El Informe Global de Marketing Deportivo 2022 de Nielsen destaca un aumento significativo del gasto en patrocinio vinculado al deporte femenino. En 2019, este gasto creció un 159% respecto al año anterior, en 2020 un 27% (afectado por la pandemia y las cancelaciones de eventos), y en 2021 un 146%. En España, marcas como Iberdrola, CaixaBank, Endesa, Telefónica-Movistar y Banco Santander han tenido un papel destacado en esta tendencia.

Sin embargo, es crucial señalar que el patrocinio de eventos deportivos femeninos no prosperará sin una mayor cobertura mediática. Las marcas invierten no sólo por sus estrategias de RSC, sino también por la exposición y la atención mediática. Por lo tanto, la implicación de los principales grupos mediáticos en estas iniciativas es esencial. Por ejemplo, la adquisición por DAZN de los derechos de la Liga de Campeones femenina, que ofrece exposición gratuita a través de YouTube hasta 2025, tiene como objetivo ampliar el alcance de este deporte a un público más amplio. Además, The Athletic y Google han establecido una iniciativa conjunta



para elevar el periodismo deportivo femenino profesional. El proyecto implica que The Athletic dedique más recursos, personal y herramientas de Google para ampliar su cobertura de los deportes femeninos, centrándose especialmente en la WNBA y el fútbol femenino profesional. El objetivo de esta ampliación es ofrecer un análisis y una narración en profundidad, yendo más allá de los resúmenes de los partidos para destacar momentos y atletas a través de reportajes exhaustivos (The New York Times, 2022).

En 2023, el antiguo World Padel Tour (ahora Premier Padel tras la adquisición de QSI), se convirtió en la primera competición del mundo en repartir el mismo dinero en premios a las ligas masculina y femenina. No obstante, la reducción de la brecha salarial depende del negocio generado por las propiedades deportivas, que depende en gran medida del alcance de las retransmisiones, el interés de los aficionados y la presencia de patrocinadores. La capacidad de reducir la brecha salarial implica a todo el ecosistema deportivo, de ahí que las partes interesadas deban colaborar para seguir logrando avances positivos.

Actualmente, los patrocinadores pueden obtener enormes beneficios de colaboraciones que fomenten la igualdad de género. Si el progreso continúa al ritmo de los últimos años, los próximos 5 a 10 años verán avances significativos en la implementación de la igualdad. Sin embargo, el momento para invertir, planificar estrategias y dar forma a estos proyectos y activaciones es el presente. Es crucial que los patrocinadores entiendan que el patrocinio va más allá de la visibilidad de la marca, y que existen numerosos proyectos que pueden desarrollarse y que reportan grandes beneficios para ambas partes. De igual manera, los deportes o equipos menos visibles deben reconocer que tener proyectos de sostenibilidad puede funcionar como fuente de ingresos o ser un activo atractivo para los patrocinadores.

La inversión en patrocinio del deporte femenino aumentó un 146% en 2021

En el golf, el Ladies European Tour (LET), concede una importancia significativa a la sostenibilidad, concretamente al poder social del deporte. El golf, en el caso del LET, ha demostrado su impacto positivo en las comunidades locales, además de ser un dispositivo de comunicación increíblemente poderoso para las causas medioambientales, especialmente cuando un socio participa en los proyectos. Dado que operan en 30 países diferentes cada año, Eva-Lotta Stromlid, Directora Comercial del LET, explica que siempre pregunta a la administración local cuáles son sus necesidades y su principal interés en el momento de los torneos (Stromlid, 2023). Esta conversación permite a LET establecer acciones y estrategias específicas. Por ejemplo, cuando el LET estuvo de gira en Suecia, donde se centró en la promoción de Suecia como destino de vida sostenible, familiar y socialmente responsable, aprovecharon la oportunidad para promover la gestión responsable de los residuos en los ciudadanos y organizaron un evento de reciclaje con niños. Estos proyectos trascienden el terreno deportivo, dejan un legado en la comunidad y crean un nombre más fuerte y conocido para el Ladies European Tour.

Los deportes o equipos menos visualizados deben reconocer que contar con proyectos de sostenibilidad puede servir como fuente de ingresos o convertirse en un activo atractivo para los patrocinadores.



SALUD Y BIENESTAR

Una tendencia ya creciente es que las organizaciones deportivas asuman un papel social más influyente en la promoción de la salud y el bienestar, impulsando la concienciación y ofreciendo oportunidades más equitativas para que todo el mundo participe en el deporte (Deloitte, The Future of Sport, 2023). La correlación entre deporte y salud es inseparable; se complementan y conducen al bienestar general. Aunque esto es un hecho conocido desde hace algunos años, su importancia se ha acentuado en los últimos años. Según la encuesta 'Hábitos Deportivos en España 2022', el 57,3% de la población mayor de quince años practicaba deporte en 2022, ya fuera de forma regular o puntual. Esto supone un incremento de 3,8 puntos porcentuales respecto al último estudio prepandémico, de 2015 (Ministerio de Cultura y Deporte & Consejo Superior de Deportes, 2022). Cabe destacar que quienes practican deporte lo hacen con frecuencia: el 23,8% de los encuestados afirma hacerlo a diario y el 52,5% al menos una vez a la semana.

A pesar de estos avances, aún queda mucho camino por recorrer. En términos de género, la práctica deportiva sigue siendo mayor entre los hombres que entre las mujeres, con tasas que se sitúan en el 63,1 % y el 51,8 %, respectivamente, en términos anuales. Sin embargo, esta brecha de género ha disminuido ligeramente desde 2015, reduciéndose de 12,3 puntos porcentuales a 11,3. En cuanto a la educación, las tasas más altas de práctica deportiva se encuentran entre quienes tienen estudios superiores (74,1%), seguidos de quienes han superado la segunda etapa de educación secundaria (60,8%) (Ministerio de Cultura y Deporte & Consejo Superior de Deportes, 2022). Estos principales retos suponen una oportunidad para que los agentes implicados - *properties*, instituciones, patrocinadores, etc. - para desarrollar proyectos que involucren a estos colectivos, con el objetivo de incrementar su participación en el deporte, a la vez que se promueven sus beneficios y los valores que engloba.



La salud mental ha sido un tema de moda en los últimos años, lo que ha contribuido a reducir el estigma que la rodea. Recientemente, muchos deportistas han sacado a relucir la importancia de la salud mental, hablando de sus propias luchas y con la esperanza de inspirar a la sociedad. Los acontecimientos de los últimos años han contribuido al aumento de los problemas de salud mental; 1 de cada 4 experimenta problemas de salud mental cada año (Mind); el 70-75% de las personas con enfermedades mentales diagnosticables no reciben tratamiento (MHFA); y la mala salud mental cuesta a los empleadores del Reino Unido hasta 56 mil millones de libras esterlinas al año en 2022, un aumento del 25% desde 2019 (Deloitte, The Future of Sport, 2023).

En el ámbito de la prevención, los expertos médicos destacan la importancia de practicar deporte: previene la obesidad y el sedentarismo, aumenta la autoestima y ayuda a regular las emociones negativas. En este ámbito, las empresas del sector tienen un gran potencial para desarrollar iniciativas. Estos proyectos tienen el doble objetivo de concienciar sobre la importancia de la salud mental, acabar con los estigmas que la rodean y, al mismo tiempo, contribuir a la prevención y mejora del bienestar mental. En este sentido, el "Programa +Esport a l'escola" (Más deporte en la escuela, en castellano) es un proyecto impulsado por la Fundación Trinidad Alfonso, en colaboración con la Conselleria de Cultura y Deporte, que tiene como objetivo promover las disciplinas deportivas entre los alumnos de 3º y 4º de primaria de los centros educativos de la Comunidad Valenciana (Comunitat de l'Esport, 2023). Del mismo modo, los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de 2024 han aprovechado la oportunidad y han colaborado con el Gobierno francés para establecer 30 minutos diarios de actividad física en las escuelas primarias de toda Francia.



"EN EL ÁMBITO DE LA PREVENCIÓN, LOS MÉDICOS EXPERTOS DESTACAN LA IMPORTANCIA DE PRACTICAR DEPORTE"

ACCIÓN POR EL CLIMA

El ODS 13 - Acción por el Clima, tiene una importancia significativa en el ámbito del deporte debido a su potencial para aprovechar la influencia de los eventos deportivos, las organizaciones y los atletas para impulsar la concienciación y la acción medioambiental. Además, cada vez se reconoce más la relación entre el deporte y el cambio climático, ya que el deporte afecta esta crisis y se ve afectado por ella (Naciones Unidas, 2022). La huella de carbono del transporte relacionada con los eventos, la construcción, el uso de diversas instalaciones deportivas y las cadenas de suministro de equipos relacionados con el deporte desempeñan un papel importante en el cambio climático mundial. Se calcula que los Juegos Olímpicos de Río 2016 liberaron 3,6 millones de toneladas de dióxido de carbono, mientras que el Mundial de Rusia 2018 liberó 2,16 millones de toneladas (Naciones Unidas, 2022). De manera cíclica, el sector del deporte se ve afectado por las consecuencias. Un claro ejemplo son los juegos de invierno y la urgencia con la que se debe tratar este tema. Adicionalmente, en estos términos, es una gran amenaza para los entrenamientos de los atletas.

El deporte, como contribuyente y víctima del calentamiento global, ocupa una posición única para ofrecer soluciones. Su amplio alcance social sirve de catalizador, implicando a miles de millones de personas en todo el mundo. Además, el deporte es una herramienta educativa crucial, que sensibiliza sobre el cambio climático y otros problemas medioambientales más amplios, al tiempo que aboga por una vida sostenible. La Acción por el Clima es una prioridad absoluta para el Movimiento Olímpico liderado por el COI y, en consecuencia, para el Comité Olímpico Español. La estrategia de sostenibilidad del COE se ramifica en 10 líneas de actuación:

1. El deporte es el mejor medio para adoptar un estilo de vida activo y saludable.
2. Uso exclusivo de energía de fuentes renovables.
3. Fomento de la movilidad sostenible en todas las operaciones.
4. Objetivo de reducir los residuos y utilizarlos como recurso.
5. Priorización de la protección de la biodiversidad para preservar y restaurar los ecosistemas terrestres y marinos.
6. Utilizar el poder del deporte para educar, inspirar el cambio y concienciar, al tiempo que se imparte formación sobre sostenibilidad social y medioambiental.
7. Promoción activa de iniciativas benéficas durante los acontecimientos deportivos y fomento del activismo social entre los atletas.
8. Esforzarse por reducir la huella del agua y trabajar para optimizar los recursos hídricos existentes.
9. Utilizar la transformación digital como el motor más eficaz para un modelo sostenible.
10. Defender la igualdad de género en la industria del deporte.

Con las líneas de trabajo mencionadas que conforman su estrategia de sostenibilidad, el Comité Olímpico Español desarrolla y pone en marcha constantemente iniciativas y proyectos que pretenden abordar estas cuestiones acuciantes. Como ejemplo, el COE se ha asociado con ACCIONA para priorizar la gestión eficiente del agua. Juntos han desarrollado la Calculadora de la Huella de Agua, cuyo objetivo es conocer la huella hídrica visible e invisible, medir el consumo, su impacto e identificar acciones para una gestión eficiente.



Equilibrar las prioridades entre los ODS es un reto, pero reconocer su relevancia colectiva para un mundo sostenible es crucial. Entre ellos, destaca significativamente el ODS 14 - Vida Submarina, haciendo hincapié en la preservación de los océanos y la vida marina. Dado que los océanos cubren el 71% de la superficie de la Tierra y contienen aproximadamente el 96,5% de su agua (USGS, 2019), la importancia de sostener dichos ecosistemas es evidente. No obstante, persiste la falta de concienciación, brindando a las partes interesadas la oportunidad de desarrollar proyectos e iniciativas que aborden esta cuestión.



Hoja de Ruta – ASUMIENDO RESPONSABILIDADES

RENDICIÓN DE CUENTAS

La sostenibilidad no es un destino; es un largo viaje que necesita la colaboración de todas las partes interesadas del sector del deporte. Hemos visto la complejidad de la sostenibilidad en las secciones anteriores, y son muchas las piezas del rompecabezas que hay que encajar para dejar un planeta decente a las generaciones futuras. No cabe duda de que la colaboración y la co-creación son la clave para buscar soluciones viables, pero ¿quién debe tomar las riendas de la situación? Se pidió a los asistentes del Sport Sustainability Summit que indicaran qué partes interesadas creían que deberían tener una mayor implicación en el desarrollo de la sostenibilidad en la industria del deporte (indicar un máximo de 3). Los asistentes consideraron que las tres partes interesadas con mayor responsabilidad son las instituciones gubernamentales, las propiedades deportivas (clubes, eventos, ligas, competiciones...) y el Comité Olímpico Internacional. A continuación, los patrocinadores (marcas) también deberían estar muy implicados en el desarrollo de la sostenibilidad.

“LA SOSTENIBILIDAD NO ES UN DESTINO;
ES UN LARGO VIAJE QUE NECESITA LA
COLABORACIÓN DE TODAS LAS PARTES
INTERESADAS DEL SECTOR DEL DEPORTE.”

Dada su influencia y poder, estas partes interesadas deben ser modelos a seguir por los demás. Tal y como se presenta a lo largo del informe, se están llevando a cabo diversas acciones para mitigar el impacto sobre el cambio climático, crear sostenibilidad social y alcanzar la estabilidad económica. El Movimiento Olímpico siempre ha sido mucho más que deporte, es

voluntad de superación, perseverancia en la adversidad y lucha por el oro. Sin embargo, esto no puede hacerlo un solo jugador, debe hacerlo en equipo. De ahí que la estrategia de colaboración entre el Comité Olímpico Internacional, los Comités Olímpicos Nacionales, *UN Sport for Climate Action* y sus patrocinadores, entre otros, sea esencial para abordar el acuciante problema de nuestro tiempo.

Una vez que las organizaciones de primer nivel trabajan juntas, pueden influir y concienciar a la sociedad. Como catalizadores del cambio, las partes interesadas del deporte deben colaborar para lograr resultados óptimos.

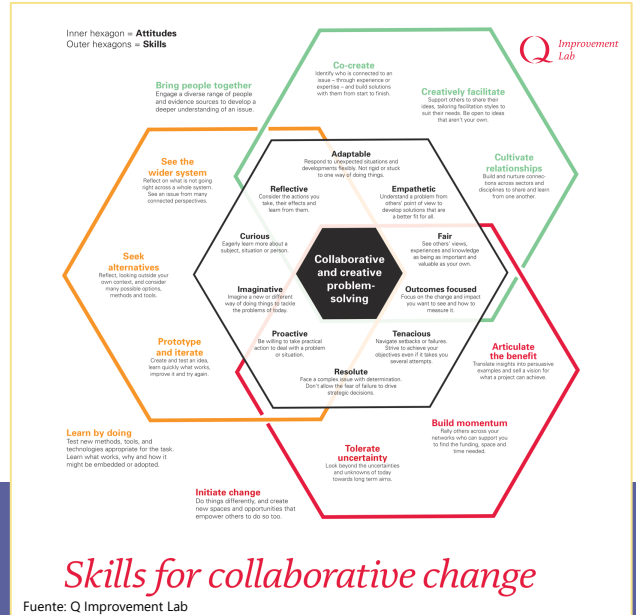


HABILIDADES PARA EL CAMBIO COLABORATIVO

La "Guía del Usuario del Mapa de Competencias" (*Skills Map User Guide* en inglés), lanzada por el Q Improvement Lab, constituye una herramienta tanto de reflexión como de capacitación. Su propósito es asistir a individuos, equipos u organizaciones para reflexionar sobre las habilidades y actitudes que emplean en su labor, identificando áreas propicias para su desarrollo. Además, su aplicabilidad se extiende a diversos sectores, incluyendo la industria del deporte. Aunque no existe un método único para su uso, su efectividad se potencia al ser empleado por equipos, ya que estos, cuando están capacitados y equilibrados, actúan como impulsores del cambio. También puede ser utilizada de manera individual como una herramienta de reflexión personal.

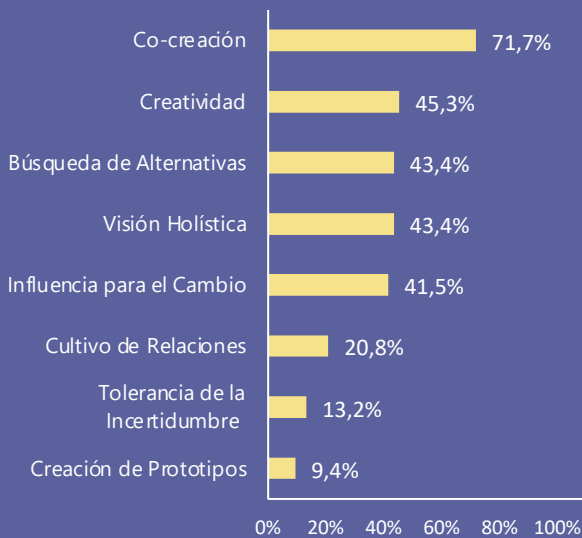
Las "Capacidades para el cambio colaborativo: Un mapa y guía del usuario ofrece un marco estructurado que subraya la importancia de estos principios de forma holística. Aunque todos los aspectos del mapa son muy importantes y pueden aplicarse en diversas situaciones, el "Cuestionario de sostenibilidad", cumplimentado por los participantes del Sport Sustainability Summit, pretendía destacar los de mayor prioridad.

El mapa de competencias ilustra las aptitudes y actitudes fundamentales para la resolución creativa y colaborativa de problemas. El hexágono interior se refiere a las actitudes clave que fomentan la creatividad y la colaboración en la resolución de problemas. Aunque las actitudes pueden evolucionar, están profundamente arraigadas y se resisten a un cambio rápido o fácil. Desarrollar ciertas actitudes requiere una inversión significativa de tiempo. Rodeando el centro del hexágono hay tres hexágonos adicionales, que destacan las áreas de habilidades fundamentales para la resolución de problemas de forma colaborativa y creativa: unir a las personas (*bring people together*), aprender haciendo (*learning by doing*) e iniciar el cambio (*initiate change*). Cada área contiene tres habilidades específicas. En particular, se destaca que las habilidades son más fáciles de aprender y desarrollar que las actitudes (Q Improvement Lab, 2020).



Esta herramienta puede ser de utilidad para varias partes interesadas en una amplia gama de situaciones relacionadas con la sostenibilidad en el sector deportivo: a la hora de desarrollar estrategias de sostenibilidad, seleccionar talentos, crear un equipo o evaluar posibles asociaciones. Para conocer las habilidades estratégicas más importantes, se preguntó a los asistentes al Sport Sustainability Summit del COE sobre Sostenibilidad en el Deporte y que indicaran las tres (como máximo) habilidades que consideran más necesarias para abordar la sostenibilidad social, medioambiental y económica.

Habilidades



La co-creación, a menudo intercambiada con la palabra colaboración, representa un aspecto clave para la sostenibilidad. Según el 72% de los encuestados, la co-creación se identifica como la habilidad fundamental para abordar los desafíos medioambientales, sociales y económicos. Cumplir con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) requiere habilidades de co-creación entre diversos sectores y entidades que coordinen esfuerzos y compartan recursos financieros, conocimientos y experiencia. La co-creación va más allá del funcionamiento individual de empresas o gobiernos; implica la colaboración de industrias enteras, a veces incluso con competidores, para redefinir normativas y crear un futuro más prometedor.

En consecuencia, la **creatividad** es una habilidad esencial para el cambio colaborativo. Debido a la compleja naturaleza de la sostenibilidad, es importante tener una mentalidad abierta y apoyar a los demás para que compartan sus ideas, siendo capaces de combinarlas con las propias para alcanzar la solución óptima. Al fomentar la apertura a ideas diversas, incluso a las que difieren de las normas establecidas, las partes interesadas pueden fomentar la colaboración y la creatividad, allanando el camino hacia soluciones más innovadoras.

Además, tener una **visión holística** y **buscar alternativas** también son seleccionadas por los asistentes como actitudes cruciales para abordar la sostenibilidad. Estas actitudes se complementan para alcanzar la solución óptima. Una visión holística -o ver el sistema en su conjunto- fomenta la reflexión sobre lo que no funciona de forma óptima en todo un sistema y promueve la observación de los problemas desde varias perspectivas. Este tipo de pensamiento sistemático facilita la búsqueda de la raíz de problemas complejos y el desarrollo de soluciones integrales. Asimismo, la búsqueda de alternativas anima a mirar más allá del contexto inmediato para considerar una posibilidad diversa de opciones, métodos y herramientas. Este enfoque fomenta la innovación y ayuda a explorar soluciones innovadoras a los retos.

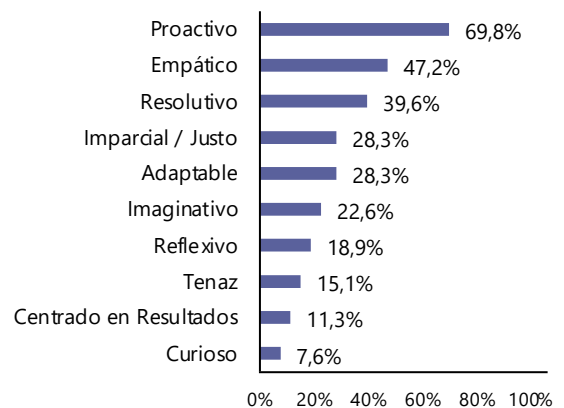
Para optimizar las soluciones, es crucial combinar las habilidades anteriormente mencionadas con las aptitudes adecuadas. Para identificar estas últimas, se pidió a los asistentes que indicaran las tres actitudes (como máximo) que consideran más necesarias para abordar la sostenibilidad.

Los encuestados coinciden en que la **proactividad** es fundamental para afrontar los retos de la sostenibilidad. La proactividad encarna un enfoque holístico y con visión de futuro que es necesario para crear impactos positivos duraderos en el bienestar social, medioambiental y económico. Del mismo modo, los encuestados señalaron la importancia de ser **resolutivos**. Dada la complejidad de la sostenibilidad y todo lo que conlleva, la capacidad de resolución de problemas es necesaria para afrontar las dificultades con determinación, sin permitir que el miedo al fracaso impulse las decisiones estratégicas.

El segundo aspecto más importante es la **empatía**, una actitud cuya importancia no puede enfatizarse lo suficiente. Los equipos con inteligencia emocional obtienen una ventaja competitiva, y los expertos destacan la empatía como un rasgo crucial en la contratación. La capacidad de mostrar preocupación por las emociones tanto de los compañeros de equipo como de los clientes, unida a la comprensión de sus sentimientos y pensamientos, aumenta con frecuencia la productividad y los ingresos. Además, la empatía y la inteligencia emocional exigen autoconciencia y permiten escuchar mejor, lo que conduce a una mejor comunicación.

Por último, es igualmente pertinente integrar actitudes como la **imparcialidad**, **la adaptabilidad** y **la imaginación**, entre otros. Cuando se combinan con las habilidades mencionadas, estas actitudes capacitan a las personas para abordar los retos de la sostenibilidad de forma holística, en colaboración y con una mentalidad de resolución de problemas. De este modo, se crea una colaboración más eficaz, soluciones innovadoras e impactos tangibles en algunos de los problemas más pertinentes de nuestro tiempo.

Actitudes



Conclusión – APUNTES FINALES

Existen matices a la hora de definir la sostenibilidad según la parte interesada, el sector y la región, la respuesta puede variar. Está sujeta al propósito y al impacto de cada individuo o empresa. Sin embargo, todos coinciden en afirmar la necesidad de considerarla como un asunto urgente y a realizar en colaboración.

La sinergia entre la sostenibilidad y el sector del deporte representa una poderosa fuerza para el cambio positivo. Como se destaca en este informe, el deporte no sólo sirve como fuente de entretenimiento, sino que también tiene el potencial de influir significativamente en las dimensiones medioambiental, social y económica. Aprovechando el inmenso alcance, la influencia y la naturaleza evolutiva de la industria del deporte, el sector puede servir como catalizador para avanzar en los objetivos de sostenibilidad a nivel mundial. Adoptar prácticas sostenibles en el sector del deporte no es una mera opción, sino un paso crucial para garantizar el equilibrio entre la satisfacción de las necesidades actuales y la no vulneración de las aspiraciones futuras. El poder transformador del deporte presenta una oportunidad única para abogar por la sostenibilidad, sentando un precedente para las industrias de todo el mundo y allanando el camino hacia un futuro más consciente, inclusivo y duradero.



Además, nunca se insistirá lo suficiente en la necesidad de que las partes interesadas colaboren sin fisuras en la búsqueda de la sostenibilidad en el sector del deporte. Los retos que plantean la conservación del medio ambiente, la equidad social y la capacidad de recuperación económica exigen la creación conjunta, la creatividad y la contribución de diversas partes interesadas. Cada parte interesada, ya sean propiedades deportivas, federaciones, instituciones, marcas,

deportistas o aficionados- aporta puntos fuertes únicos. Los esfuerzos de colaboración permiten aunar recursos, conocimientos e influencia, fomentando soluciones innovadoras que trascienden las capacidades individuales. Al forjar alianzas y asociaciones, las partes interesadas pueden amplificar su impacto, creando un impulso colectivo capaz de implementar un cambio significativo y duradero.

En resumen, el deporte tiene la capacidad de trascender más allá del día del acontecimiento deportivo. **Sería una oportunidad perdida no aprovecharla para crear un mundo mejor.**

Los esfuerzos de colaboración permiten unificar recursos, conocimientos e influencia, fomentando soluciones innovadoras que trascienden las capacidades individuales.



SOBRE NOSOTROS

El Comité Olímpico Español es una asociación privada, que se rige por sus propios estatutos y reglamentos, de acuerdo con los principios y normas del Comité Olímpico Internacional, que es la entidad de tutela y control de sus actividades.

El Comité Olímpico Español fue creado en 1912 y está reconocido por el propio Comité Olímpico Internacional.

A lo largo de sus más de 100 años de existencia, el Comité Olímpico Español ha experimentado numerosos cambios acordes con la evolución histórica, destacando éxitos deportivos y organizativos en su pasado reciente. Ha contribuido constantemente a la promoción y difusión de los ideales olímpicos.



RECURSOS ADICIONALES

Enlaces de Interés

- Página web oficial de [Sport Sustainability Summit](#)
- Grabaciones del Summit [COE TV](#).
- Comité Olímpico Español [Sostenibilidad](#).
- Comité Olímpico Internacional [Estrategia de Sostenibilidad](#).

Contacto

- Para consultas generales sobre sostenibilidad: sostenibilidad@coe.es
- Para información relacionada con el Summit: sportsustainabilitysummit@coe.es





COMITÉ OLÍMPICO
ESPAÑOL

TRABAJOS CITADOS

- 2playbook. (2023, November). Retrieved from https://www.2playbook.com/clubes/cn-barcelona-invierte-18-millones-via-fondos-ue-mejorar-su-eficiencia-energetica_13827_102.html: 2playbook
- AC Milan. (2022, August). Retrieved from AC Milan: <https://www.acmilan.com/en/news/articles/club/2022-08-31/redbird-capital-partners-completes-acquisition-of-ac-milan>
- Adidas. (2023). *Breaking Barriers*. Retrieved from Adidas: <https://www.breakingbarriersacademy.com>
- Bàsquet Girona. (2023). Retrieved from Bàsquet Girona: <https://basquetgirona.com>
- Duarte, C. (2023, October). (S. S. Summit, Interviewer)
- CEMDE-AMKT. (2022). *Sostenibilidad medioambiental en Marketing Deportivo*. Madrid: CEMDE-AMKT.
- COE. (2023, October). *COE*. Retrieved from COE: <https://www.coe.es/noticias/detalle-noticia/NEW-ab25bfc9e2a-4d81-b2e4-0e562ed33997/inauguracion-del-bosque-olimpico-espanol-pamplona-patrocinado-por-banco-santander/>
- Company, M. &. (2021). *What matters most? Five priorities for CEOs in the next normal*. McKinsey & Company.
- Comunitat de l'Esport. (2023). *Comunitat Valenciana - Comunitat de l'Esport*. Retrieved from <https://www.comunitatdelesport.com/esport-a-lescola/>.
- Consejo COLEF. (2023, July 26). Retrieved from Consejo COLEF: <https://www.consejo-colef.es/post/anuario-estadisticas-deportivas-2023#:~:text=El%20empleo%20deportivo%20sigue%20creciendo,décima%20con%20respecto%20al%20empleo.>
- Deloitte. (2023). *The Future of Sport*. Deloitte.
- Deloitte. (2023). *ESG and Sustainability Strategy*. Retrieved from Deloitte: <https://www2.deloitte.com/si/en/pages/esg/articles/esg-and-sustainability-strategy.html>
- Deloitte. (2022). *Deloitte Global Gen Z Survey*. Deloitte.
- Duarte, C. (2023, October). (S. S. Summit, Interviewer)
- EA Sports. (2022, October). Retrieved from EA Sports: <https://news.ea.com/press-releases/press-releases-details/2022/EA-SPORTS-Further-Commitment-to-Womens-Football-With-Creation-of-Accelerator-Fund-and-Internship-Program-Alongside-Partnership-With-UEFA-Womens-Champions-League/default.aspx>
- ESPN. (September, 2023). *ESPN*. Retrieved from https://www.espn.com/soccer/story/_/id/38445537/chelsea-500m-investment-eye-new-stadium-sources
- Europapress. (2023). Retrieved from Europapress: <https://www.europapress.es/deportes/olimpiadas-00169/noticia-proyecto-green-flame-coloca-espana-vanguardia-sostenibilidad-movimiento-olimpico-20220916145846.html#:~:text=El%20proyecto%20%27Green%20Flame%27%2C,la%20sostenibilidad%20del%20movimiento%20ol%C3>
- FIFA. (2023, October). *FIFA World Cup 2030*. Retrieved from FIFA: <https://www.fifa.com/fifaplus/en/tournaments/mens/worldcup/articles/world-cup-2030-spain-portugal-morocco-host-centenary-argentina-uruguay-paraguay>
- Fernández, X. C. (2023, October). (S. S. Summit, Interviewer)
- Forever Green. (2023). Retrieved from Forever Green: <https://forevergreen.es>
- García, J. M. (2023, October). (S. S. Summit, Interviewer)
- Garrote, S. (2023, October). Sport Sustainability Summit.
- Gasol, M. (2023, October). (S. S. Summit, Interviewer)
- Gasol Foundation. (2023). Retrieved from Gasol Foundation: <https://gasolfoundation.org>
- Global Impact Investing Network. (2022). *Sizing the Impact Investment Market*. Global Impact Investing Network.
- Homeless World Cup. (2023). Retrieved from Homeless World Cup: <https://www.homelessworldcup.org>

TRABAJOS CITADOS

- LET. (2020). *Celebrating the Green*. Retrieved from Ladies European Tour: <https://ladieseuropeantour.com/blog/celebrating-the-green>
- LEWaterpolo. (2023). Retrieved from LEWaterpolo: <https://lewaterpolo.com>
- McLaren. (2020). Retrieved from McLaren: <https://www.mclaren.com/racing/sustainability/natural-fibre-sustainable-composite-racing-seat/>
- Ministerio de Cultura y Deporte & Consejo Superior de Deportes. (2022, December). Retrieved from Ministerio de Cultura y Deporte: <https://www.csd.gob.es/es/seis-de-cada-diez-personas-en-espana-practicaron-deporte-en-el-ultimo-ano>
- Modern Health. (2021). *Modern Health*. Retrieved from Modern Health: <https://www.modernhealth.com/post/tennis-player-naomi-osaka-joins-modern-health>
- ONCE. (2023). Retrieved from ONCE: <https://portal.once.es/empleado/publicaciones/asi-somos/asi-somos-1/asi-somos-278/deportes/el-betis-moovit-y-la-once-promueven-una-app-para-que-los-aficionados-ciegos-acudan-a-los-partidos-en-transporte-publico-accesible>
- Parga, M. (2023). (Palco23, Interviewer)
- Q Improvement Lab. (2020). *Skills for Collaborative Change*. The Health Foundation & Nesta.
- Royal Roads University. (2023, March). *Why Regenerative Sustainability?* Retrieved from Royal Roads University: <https://www.royalroads.ca/why-regenerative-sustainability#:~:text=Regenerative%20sustainability%20is%20not%20simply,to%20human%20and%20ecological%20systems.>
- SailGP. (2023). *Impact League*. Retrieved from SailGP: <https://sailgp.com/general/purpose/impact-league/>
- Sixth Street. (2022, May). Retrieved from Sixth Street: https://sixthstreet.com/investment_announce/strategic-partnership-between-real-madrid-sixth-street-and-legends/
- SportsPro. (2023, January). Retrieved from SportsPro: [https://www.sportspromedia.com/news/womens-ipl-bcci-viacom18-broadcast-global-tv-streaming-rights-deal/#:~:text=Broadcaster%20paying%20BCCI%20US%2423.3,global%2C%20five%2Dseason%20contract.&text=The%20Board%20of%20Control%20for,rore%20\(US%24116.5%20milli](https://www.sportspromedia.com/news/womens-ipl-bcci-viacom18-broadcast-global-tv-streaming-rights-deal/#:~:text=Broadcaster%20paying%20BCCI%20US%2423.3,global%2C%20five%2Dseason%20contract.&text=The%20Board%20of%20Control%20for,rore%20(US%24116.5%20milli)
- SPSG Consulting. (2023). Retrieved from SPSG Consulting: <https://www.spsgconsulting.com>
- SPSG Consulting. (2023). *Barómetro de Patrocinio Deportivo*. Madrid: SPSG Consulting.
- Stromlid, E.-L. (2023, October). (S. S. Summit, Interviewer)
- The New York Times. (2022, November). Retrieved from The New York Times: <https://www.nytc.com/press/the-athletic-and-google-launch-program-to-double-the-athletics-coverage-of-professional-womens-sports/>
- UN Global Impact. (2023). Retrieved from UN Global Impact: <https://unglobalcompact.org/what-is-gc/our-work/social>
- United Nations. (2023). Retrieved from United Nations: <https://www.un.org/en/academic-impact/sustainability>
- United Nations. (1987).
- USGS. (2019, November). Retrieved from <https://www.usgs.gov/special-topics/water-science-school/science/how-much-water-there-earth#:~:text=a%20watery%20place.-,But%20just%20how%20much%20water%20exists%20on%2C%20in%2C%20and%20above,percent%20of%20all%20Earth%27s%20water.>
- World Padel Tour. (August, 2023). Retrieved from World Padel Tour: <https://worldpadeltour.com/en/news/ysi-y-damm-alcanzan-un-acuerdo-historico>
- World Triathlon. (2023, August). Retrieved from World Triathlon: <https://www.triathlon.org>



#SomosDeporteSostenible