

# Los eventos deportivos como elementos dinamizadores en una ciudad

ANTONIO MARTÍN ANTOLÍ

Profesor en IE Business School y Director del Master in Sport Management <http://master-sports.ie.edu/>



¡Albergar unos Juegos Olímpicos! ¡Sede de un Campeonato Mundial de Fútbol! ¡Final de etapa de una vuelta ciclista! ¡Contamos con un circuito de velocidad que organiza una de las carreras del Campeonato de

Mundo de MotoGP! ¡En nuestra ciudad, recala la Volvo Ocean Race! Además, existe un sinfín de eventos deportivos que podríamos enumerar, que suponen grandes beneficios para una ciudad.

Hay muchos datos que avalan la importancia del deporte en el desarrollo económico de las ciudades y las regiones. Basta pensar solo en el "movimiento y el consumo asociado" que se produce en un día de partido de fútbol en alguna de las ciudades con tradición futbolística.

En otros casos, la presencia de turistas, aficionados o seguidores del equipo rival son una buena fuente de ingresos adicionales.

Hay otros factores que, en muchas ocasiones, se pasan por alto. Por ejemplo, cómo influye en la autoestima y la autoconfianza de los habitantes de una ciudad o un país cuando se les concede la organización de unos Juegos Olímpicos. Manifestaciones, explosión de alegría y mucha satisfacción envuelven a los ciudadanos de una metrópoli al saberse "ganadores". Vamos a tener el privilegio de organizar un evento que traerá inversores, nuevas oportunidades de trabajo, turistas con sus divisas y un "festival del esfuerzo", que es el evento en cuestión.

Es cierto que las ciudades han de hacer, en muchas ocasiones, una notable inversión en infraestructuras, tanto deportivas como de movilidad: metro, carreteras, avenidas, etc., que se quedarán para la ciudad una vez pasado el evento.

El retorno de la inversión se ha de analizar en un período de tiempo amplio, considerando desde el momento en que se ha designado a nuestra ciudad hasta varios años después del evento.

Pensemos en la ceremonia en la que se designa una ciudad o un país donde se celebrará un mundial de fútbol o unos juegos olímpicos. Esta ceremonia es uno de los fenómenos mediáticos del año, con varios centenares de millones de personas como audiencia. Es decir, estamos "disfrutando" de una súper campaña de publicidad seis años antes de que la competición arranque.

Luego, vendrá el tiempo de espera hasta el evento, que, dependiendo de cómo lo gestionemos, podríamos estar disfrutando de importantes

ingresos y beneficios. Con el evento, la sensación será "abrumadora", porque en un período de tiempo relativamente corto, las actividades deportivas serán un motor "de alta cilindrada" de las actividades económicas.

### Y TRAS EL EVENTO, ¿QUÉ PASARÁ?

Un buen ejemplo, en este momento, es la organización Think London. Esta entidad británica tiene como objetivo, desde hace varios años, conseguir que empresas e inversores de cualquier lugar del mundo se instalen en Londres, aprovechando la "resaca" postolímpica. Actualmente, buena parte de los terrenos e instalaciones de los Juegos Olímpicos de 2012 ya tienen un destino para cuando acaben los JJOO, lo que ayudará a rentabilizar las inversiones que la ciudad de Londres está haciendo.

Anteriormente, hemos hablado de la influencia en el estado de ánimo de los habitantes de una ciudad que albergará un evento deportivo. ¿Qué traducción económica le podemos dar a este estado de ánimo? ¿Producimos lo mismo cuando estamos contentos, tal vez eufóricos, que cuando estamos decaídos?

Las experiencias recientes de ciudades organizadoras de eventos deportivos, como unos juegos, el mundial de fútbol, carreras de MotoGP, la Volvo Ocean Race, el Tour de France o la Fórmula 1, muestran una población con índices de "satisfacción colectiva" y "reconocido sentimiento de pertenencia" muy superiores a otras ciudades. Si antes denominábamos "motor de alta cilindrada" a los eventos deportivos como generadores de actividad económica, el "componente motivacional en la población" es un motor a reacción.

En definitiva, el esfuerzo institucional de apostar por los eventos deportivos como elemento dinamizador de la actividad económica de una ciudad se verá altamente recompensado, en primer lugar, por los ingresos que se obtienen directamente relacionados con el evento y, luego, por los que se derivan de una mayor productividad gracias al componente motivacional de la población. ■