



UNIVERSIDAD DE LA RIOJA

TRABAJO FIN DE GRADO

Título
La responsabilidad social corporativa en el ámbito deportivo: el papel de trabajador social
Autor/es
Cristian Virto Carrero
Director/es
Esther Raya Díez
Facultad
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Titulación
Grado en Trabajo Social
Departamento
Curso Académico
2014-2015



La responsabilidad social corporativa en el ámbito deportivo: el papel de trabajador social, trabajo fin de grado de Cristian Virto Carrero, dirigido por Esther Raya Díez (publicado por la Universidad de La Rioja), se difunde bajo una Licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported. Permisos que vayan más allá de lo cubierto por esta licencia pueden solicitarse a los titulares del copyright.

© El autor
© Universidad de La Rioja, Servicio de Publicaciones, 2015
publicaciones.unirioja.es
E-mail: publicaciones@unirioja.es



TRABAJO DE FIN DE GRADO

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL ÁMBITO DEPORTIVO: EL PAPEL DEL TRABAJADOR SOCIAL

CRISTIAN VIRTO CARRERO

TUTOR
ESTHER RAYA DÍEZ

GRADO EN TRABAJO SOCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

AÑO ACADÉMICO 2014-2015

RESUMEN

En nuestra sociedad cada vez son más las empresas y entidades que apuestan por acciones responsables con su entorno. En este sentido, también se encuentran incluidos los Clubs de Fútbol, quienes participan a través de las diferentes Fundaciones en diversas actividades, programas o proyectos sociales. En el siguiente trabajo se realizará un detallado análisis en el que nos sumergiremos en un emergente ámbito de intervención como es el deportivo, estudiando el papel que desarrolla el Trabajador Social mediante las acciones de Responsabilidad Social Corporativa de los Clubs de Fútbol tanto a nivel profesional como a nivel local y federativo.

SUMMARY

In our society, the number of businesses that act to take a responsible stance regarding their environments is always increasing. In this sense Football Clubs are also included, participating through different Foundations in various social activities, programs or projects. In the following report a detailed analysis in which we will submerge into an emerging area of intervention such as sports will be realized, studying the role that the Social Worker puts into practice through Corporate Social Responsibility actions of Football Clubs, both at a professional level and a local and federative one.

ÍNDICE

Núm. Pág.

1. Introducción	1
1.1 Naturaleza del problema	1
1.2 Objeto de estudio	2
1.3 Objetivos	2
1.4 Hipótesis	3
2. Material y Método	4
3. Estado de la cuestión	6
3.1 Concepto de Responsabilidad Social Corporativa	6
3.1.1 Contexto Institucional	7
3.1.2 Dimensiones	8
3.1.3 Grupos de Interés	8
3.1.4 Indicadores Sociales	10
3.2 Responsabilidad Social en el Deporte y en el Fútbol	11
3.3 Responsabilidad Social y Trabajo Social	13
3.4 Responsabilidad Social, Trabajo Social y Deporte	14
4. Resultados	17
4.1 Análisis RSC Fútbol 1 y 2	17
4.2 Análisis RSC a nivel local	29
5. Conclusiones	33
6. Bibliografía	36

1. Introducción

1.1 Naturaleza del problema

En el mundo del deporte y en especial en el del fútbol, existen determinadas estrategias, tácticas y jugadas a balón parado que por su ejecución técnica o llamémoslo suerte del campeón, hacen que se recuerden para siempre en la historia. Son esas acciones, esas jugadas las que buscan las empresas al asociar su imagen al mundo deportivo. Momentos determinantes en la historia del deporte rey en gran parte de la sociedad como la final del mundial de 1974 entre la Alemania de Beckenbauer, Muller o Hoeness y la 'naranja mecánica' holandesa, dirigida por Cruyff, la mano de Dios de Diego Armando Maradona frente a Inglaterra en el 1986, el gol de Zidane en la novena Copa de Europa en el 2002, o lo que tuvo más relevancia en nuestro país con el “iniestazo” en el año 2010 en el mundial de Sudáfrica con la consecución del primer mundial de fútbol para España, quedarán marcados en los anales de la historia deportiva, por lo que es muy interesante esta oportunidad que se brinda a las empresas para sumergirse en este ámbito y de manera diferente, no solo centrándose en ser un simple spot publicitario sino integrándose en la estrategia global de RSC, buscando la integración del propio patrocinio en esta responsabilidad social. La unión entre estos dos componentes es muy interesante para las empresas ya que su transparencia, compromiso, o reputación y vínculo con el entorno donde se integra sería más difícil de romper. En este apartado del compromiso social que se puede desarrollar dentro de una estrategia de RSC, el papel del Trabajador Social es fundamental, situándose como el profesional adecuado para establecer esa conexión entre la sociedad y la empresa como tal, siendo la persona capacitada para conocer el entorno que rodea a la empresa, conociendo en particular las características de todos los agentes que la forman.

1.2 Objeto de estudio

El objeto de estudio de este trabajo se centra en la Responsabilidad Social Corporativa que dentro del ámbito deportivo, y en especial en el ámbito del fútbol, asumen y desarrollan los clubs deportivos, conociendo el papel que puede desarrollar el Trabajador Social en esta nueva disciplina.

1.3 Objetivos

Objetivo principal

- Conocer el papel que desarrolla el Trabajador Social dentro del ámbito deportivo a través de la Responsabilidad Social Corporativa

Objetivos específicos

- Conocer el concepto de Responsabilidad Social Corporativa y su vinculación al mundo deportivo y del Trabajo Social.
- Conocer y estudiar las diferentes acciones de responsabilidad social emprendidas por los clubs de fútbol de primera y segunda división dentro del territorio español.
- Conocer y estudiar las diferentes acciones de responsabilidad social emprendidas por los clubs de fútbol del entorno federativo de la CC.AA de La Rioja.
- Describir las prácticas de intervención de un trabajador social en el Club deportivo Villegas, como caso de estudio.

1.4 Hipótesis

HIPÓTESIS 1: La complementación entre las disciplinas del Trabajo Social y el ámbito empresarial a través de la Responsabilidad Social Corporativa tiene beneficios y es posible.

HIPOTESIS 2: Las acciones socialmente responsables emprendidas por los clubes de fútbol del más alto nivel son escasas y se encuentran ligadas única y exclusivamente a la práctica deportiva.

HIPÓTESIS 3: Es posible que el Trabajador Social desempeñe sus funciones dentro de un club de carácter deportivo, asumiendo el espacio de compromiso y responsabilidad social.

HIPÓTESIS 4: La implantación dentro de un club local de acciones atribuidas a la responsabilidad social corporativa son asumibles y viables.

2. Material y Método

Para llevar a cabo la puesta en marcha de este trabajo y alcanzar los objetivos fijados en un primer momento, se tuvo que llevar a cabo una metodología específica.

Para desarrollar y conocer la información necesaria para cumplir con el objetivo principal y los objetivos específicos de este trabajo ha sido necesario un análisis de la información que se requería imprescindible, por eso la metodología utilizada fue la triangulación metodológica, con la cual se pudieron aplicar diferentes metodologías y técnicas en el análisis de una misma realidad.

Además de esto, también tendrá que referenciarse que se ha llevado a cabo tanto un análisis cualitativo como cuantitativo en la realización de este trabajo, utilizando tanto fuentes primarias (obteniendo datos directamente de la realidad) como fuentes secundarias (información producida por otras personas o instituciones).

Con esto nos referimos a que para poder estudiar el objeto de nuestro trabajo se utilizaron diferentes técnicas como:

- La revisión bibliográfica de materiales correspondientes al término de RSC
- La revisión documental de diferentes materiales entorno a la RSC llevada a cabo por los Clubs de Fútbol (WEB's, memorias anuales, etc...)
- La observación participante dentro de un Club de Fútbol de carácter local como el Club Deportivo Villegas
- La consulta a informantes clave: esta técnica consistió en acudir y consultar a diferentes personalidades, las cuales poseían un papel relevante en nuestro trabajo. La mayor parte de estas consultas se realizaron de manera telefónica, y otras por el contrario se realizaron de manera personal, como la entrevista que se mantuvo con Galder Reguera (Responsable de Programación en la Fundación del Athletic Club de Bilbao) o Eduardo García León (Responsable de la Escuela del Athletic Club de Bilbao en Oión).

Una vez obtenida la información se continuó con la interpretación y análisis de la misma, atendiendo a una serie de resultados obtenidos. Tras la culminación de los mismos y tras haber estudiado las diferentes acciones que llevaban a cabo los Clubs de Fútbol entorno a la RSC , pudimos realizar una clasificación entre las actividades de carácter interno (centradas en la autopromoción de las categorías inferiores de los equipos) y externo (centradas en diferentes actuaciones de carácter social y en diferentes colectivos) implantadas por estos equipos, además de poder participar y estudiar de manera directa las actuaciones de compromiso y concienciación social llevada a cabo por Club de Fútbol a nivel local. Finalmente, transcurrido este proceso, pudimos llegar a una serie de conclusiones que se expondrán de manera detallada al final de este trabajo.

3. Estado de la Cuestión

3.1 Concepto de Responsabilidad Social Corporativa

A simple vista y sin mayor profundización en el campo de estudio, podríamos aportar que este término responde a la concienciación social que pueden llegar a asumir el conjunto de las empresas en el desempeño de su actividad económica. Pero enfrentándonos a la realidad, este término es mucho más amplio y convulso de lo que a simple vista puede parecer.

El término de responsabilidad social se articula en torno a esa concienciación voluntaria que las empresas deciden asumir, atendiendo tanto a las preocupaciones sociales como medioambientales de los impactos de su actividad económica. Este compromiso puede verse favorecido por el aumento de la competitividad que estas empresas desarrollan en su seno. Ejemplos de estas prácticas los podemos encontrar en las grandes empresas o multinacionales que apuesta por determinadas acciones de compromiso voluntario, pero no deberíamos obviar el hecho de que las pequeñas y medianas empresas tengan la capacidad de plantear alternativas de compromiso en esta casuística, ya que se encuentran en una situación de privilegio al estar en contacto directo con la sociedad.

Dado que medir la incidencia y repercusión de estas prácticas a nivel empresarial es una labor costosa y que trae gran discusión, añadiremos que varias empresas han podido comprobar en primera persona, tal y como aporta el *Libro Verde* de la Comisión Europea (2001), que existen efectos directos como indirectos tras la puesta en marcha de estas acciones.

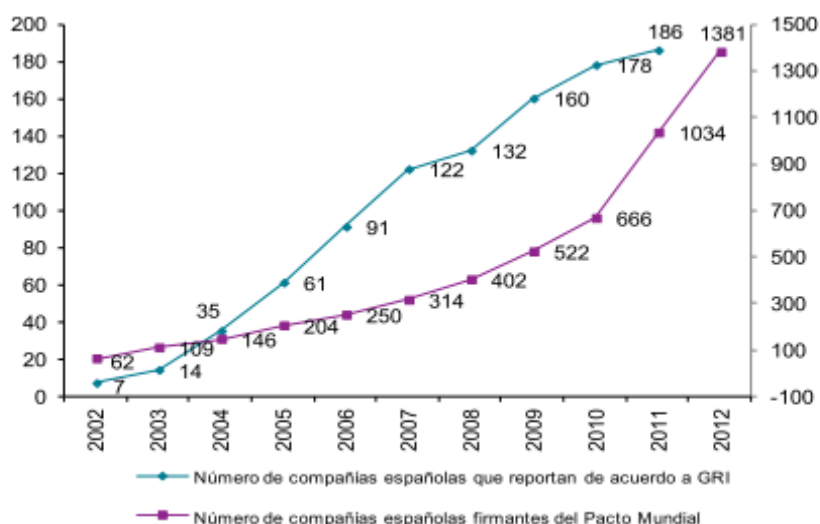
Respecto a los primeros se puede apreciar la mejora del entorno laboral que se mantiene en la empresa junto con la existencia de un clima adecuado por parte de los trabajadores con un mayor compromiso. Mientras que por el otro lado, de forma indirecta, podemos comprobar que estas empresas pueden generar un valor añadido, siendo la sociedad (población, consumidores, inversores, etc...) consciente de ello y reconociéndoselo mediante una ampliación en las posiciones de mercado. Esto será interesante y de gran utilidad ya que cada vez en más ocasiones las entidades con capacidad financiera recurren a la consulta de las listas de control social y medioambiental para analizar los riesgos a los que en un futuro se enfrentarían sus inversiones.

3.1.1 Contexto Institucional de la Responsabilidad Social Corporativa

Dentro de los distintos ámbitos donde podemos enmarcar la Responsabilidad Social Corporativa, destacar: en el plano europeo, encontramos que en 2001 tuvo lugar la creación y presentación del Libro Verde sobre Responsabilidad Social de las Empresas. Con este hecho evidenciamos la importancia que va asumiendo este tipo de responsabilidad dentro del mundo empresarial, consolidado con el surgimiento de la Estrategia Europea 2020, donde se perseguirá el comportamiento responsable, transparente y sostenible de las empresas, para poder alcanzar la maximización de la creación de valor compartido para sus propios accionistas/propietarios y para los interesados, tratando y entendiendo a la sociedad como un término amplio. Por otro lado este tipo de compromisos busca anteponerse a posibles futuras consecuencias adversas.

En el opuesto, encontramos el ámbito nacional, donde algunas entidades españolas se han adentrado en la aceptación de la RSC, así como de los principios internacionales previamente instaurados. El ejemplo de ello es la suscripción de numerosas empresas españolas a los principios del Pacto Mundial refrendado por Naciones Unidas

Figura 1. Evolución de la participación de empresas españolas en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y en Global Reporting Initiative.



Fuente: Base de datos de memorias www.globalreporting.org y www.unglobalempact.org

3.1.2 Dimensión

Una vez sumergidos dentro de la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas, seremos conscientes de la existencia de dos posibles dimensiones que pueden llevarse a cabo durante el proceso de RSC.

La primera de ellas atiende al plano interno o dimensión interna, en ella las acciones emprendidas afectaran en primer lugar a los trabajadores que forman la empresa (salud, recursos humanos, seguridad) o el tratamiento responsable y comprometido de los recursos naturales de manera directa en las funciones de producción. La gestión de los recursos humanos será trascendental en el mundo empresarial dado que sin este elemento la creación de valor sería prácticamente imposible.

Por otro lado, se cuenta con el plano externo de acción que se extiende desde el ámbito local, de los trabajadores y accionistas hasta otros agentes también participantes en este proceso (autoridades de carácter público, ONG's, proveedores, etc...). Con esta aportación podemos destacar el carácter globalizador de esta responsabilidad social de las empresas, que ya no solo abarcan el ámbito más próximo y local sino que también se incluyen dentro de un aspecto continental y mundial (derechos humanos, concienciación y actuación sobre los problemas sociales y ecológicos mundiales).

3.1.3 Grupos de interés

Todas las empresas se ven condicionadas a poseer casi de manera inconsciente una responsabilidad ante el entorno en el que se encuentran, teniendo que conocer y ser conscientes ante quienes son responsables de su actividad y acciones empresariales. Para conocer la responsabilidad que asumen las empresas y garantizar la sostenibilidad y viabilidad de la RSC tendremos que conocer a los actores que se ven implicados en la actividad empresarial o son influidos por la misma.

Por ello, se define a lo que conocemos por stakeholders o actores que se ven implicados en la actividad empresarial o que son influidos por la misma. Por esta razón no deberíamos considerar como parte de la organización únicamente a los propietarios o empleados, sino también tener en cuenta de la participación de otros agentes intervinientes en la dinámica de la empresa como pueden ser los agentes sociales, la Administración Pública o los

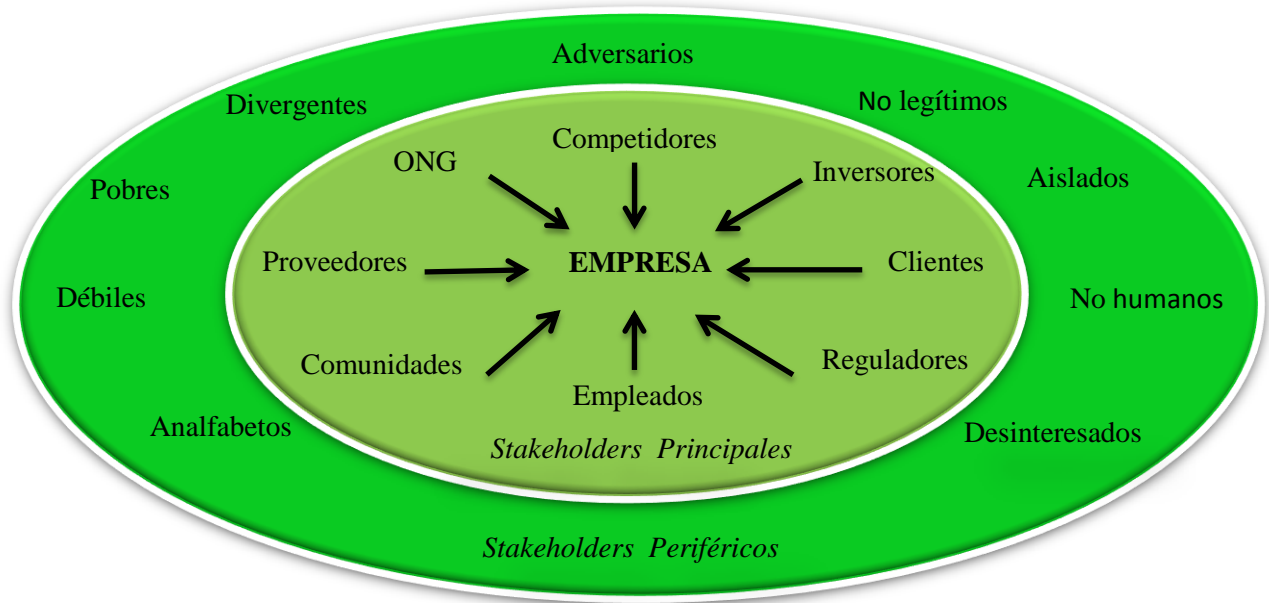
mismos competidores. También sería importante destacar que existen diferentes clasificaciones de estos grupos de interés en función de su posición respecto a la empresa u organización, por eso se muestra una clasificación detallada en la siguiente tabla y figura.

Tabla 1: Clasificación de los grupos de interés

Primarios	Aquellos que mantienen una elevada interdependencia con la empresa (accionistas, empleados, clientes, gobierno y comunidades)
Secundarios	Aquellos que influyen o afectan (o son influidos o afectados) por la empresa medios de comunicación y grupos de interés diverso)
Clave	Aquellos que pueden interferir significativamente en cash flow (flujo de fondos) presente y esperado de la empresa (proveedores principales, clientes y empleados)
Emergentes	Aquellos sin influencia presentes en el cash flow (flujo de fondos), pero con posibilidad de alterarlo en el futuro (proveedores que pueden ganar influencia, ONG's comprometidas con aspectos sensibles generados por externalidades negativas de la empresas o políticos que puedan cambiar el marco institucional)
Principales	Incluyen los primarios de la primera tipología, y, además, los competidores, las agencias de desarrollo, gobiernos y comunidades locales, emprendedores sociales y ONG's que pueden interferir en el cash flow presente y esperado de la empresa (proveedores principales, clientes y empleados)
Periféricos	Incluye a los pobres y sin voz, los aislados, los aislados, los desinteresados, los divergentes, los adversarios y los no humanos (biodiversidad)

Fuente: Elaboración propia en base a CEOE CEPYME Cantabria (2011). *Responsabilidad Social Corporativa*

Figura 2: Clasificación de los grupos de interés en principales y periféricos



Fuente: CEOE CEPYME Cantabria (2011). *Responsabilidad Social Corporativa*

3.1.4 Indicadores sociales

La medición de la RSC de las empresas es una labor compleja dado que contabilizar y comparar los términos sociales que desempeñan las empresas mediante sus acciones empresariales requiere de una elevada abstracción. Ante esta situación, existen una serie de indicadores sociales o índices bursátiles de sostenibilidad mediante los cuales se establece una clasificación o ranking de empresas con mayor responsabilidad y desempeño en materia de sostenibilidad. Por esto podemos evidenciar la existencia de determinados recursos e instrumentos mediante los cuales las empresas pueden compararse en términos sociales y establecer una diferenciación de carácter positivo respecto a la competencia del resto de empresas. Por lo que podemos describir la existencia de dos indicadores bursátiles reconocidos donde se agrupan las diferentes compañías, es el caso de Dow Jones Sustainability Index y el FTSE4 Good Index. Estos índices son revisados para comprobar

que las empresas que los componen reúnen las condiciones necesarias para permanecer en esa condición. Los índices bursátiles de sostenibilidad son indicadores que seleccionan y clasifican a las empresas que combinan el éxito económico con el desarrollo sostenible, ya sea medioambiental o social.

El primero de ellos, el DJSI se encuentra formado por 316 compañías (20 españolas). Este índice está formado por empresas que cumplen con una serie de requisitos económicos, medioambientales y sociales (desarrollo del capital humano, etc.). Este índice se revisa una vez al año, en el mes de septiembre.

Por otro lado, FTSE4Good es otro índice que recoge las empresas que cumplen con tres requisitos: medioambiental, social y de buena relación con sus grupos de interés; defensa y apoyo de los derechos humanos; y buenas prácticas en su cadena de aprovisionamiento y su política anti-corrupción. Está formado por 275 compañías (17 de ellas, españolas) y se revisa dos veces al año (en los meses de marzo y septiembre).

También es preciso destacar que en este tipo de clasificaciones quedan excluidas aquellas que mantienen relación con temáticas como el tabaco, el armamento, la energía nuclear y/o las dedicadas a la extracción o procesamiento de uranio.

3.2 Responsabilidad Social en el Deporte y en el Fútbol

Todas las organizaciones son en primera instancia, entidades sociales. Esto es posible debido a su conformación por unos recursos humanos, o lo que es lo mismo, las personas que interactúan en torno a unos objetivos y metas establecidas. Este elemento de condición social que se encuentra en las organizaciones permite comprobar la existencia de determinadas responsabilidades de diferentes tipos. El papel que juega la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas es crucial debido a que está guiando la proyección moral y ética de la actividad empresarial.

Por lo tanto, centrándonos en el RSC en ámbito deportivo, el impacto social que las organizaciones deportivas asumen no son en ninguna ocasión diferentes a las de cualquier otra empresa. El aumento de la mediatización que el deporte ha experimentado durante los

últimos años, hace que estas entidades tengan que devolver inversiones en el plano social a sus agentes implicados.

Actualmente, el fútbol ha trascendido la esfera deportiva y se ha convertido en un fenómeno que se caracteriza por su capacidad para generar interacciones con otras esferas sociales, económicas y culturales, a las cuales condiciona y llega a modificar (Galindo y Fernández, 2007). O lo que es lo mismo, se trata de una industria con una actividad comercial referida a una competición deportiva en la que existe una interdependencia entre los protagonistas, estos son los clubes, con otros actores que intervienen en el proceso productivo, como los seguidores, los accionistas, los medios de comunicación, los patrocinadores, los proveedores, la comunidad y el entorno con el que se relaciona el club, como las instituciones públicas y los organismos, caso de las federaciones nacionales y la UEFA, a nivel internacional (Lago et al., 2006, p. 4). Esto ha conducido a contemplar a los equipos como productos, caracterizados como marca que genera una dimensión nacional o internacional que les permite su sostenibilidad económica como empresas (Richelieu et al., 2008, p. 30).

Por tanto, las organizaciones deportivas apuestan por la creación y desarrollo del club como marca, dando lugar a un proceso en el cual intervienen tres cuestiones: la actividad deportiva, la actividad social y la actividad económica. La primera atiende a los jugadores, el equipo y a los requerimientos puramente deportivos y competitivos. En la parte social, en la cual nos centramos con mayor detalle, es donde se generan las bases de acercamiento y sentimiento de pertenencia hacia el club y la entidad. Y finalmente, la gestión empresarial atiende los aspectos económicos como los ingresos, o las finanzas. “En un club tienes que crear una marca, pero para ello primero tienes que crear un producto” (Olabe, F, 2012).

Se observa, por tanto, que los modelos de gestión de las relaciones de estas instituciones están adaptándose al entorno que les rodea y con el que se relacionan (Seneaux, 2008, p. 16). Apelando a Henry y Lee (2004, p. 38), en esta situación, somos testigos de un acercamiento por parte de estas organizaciones a gran parte de la sociedad. De esta manera también podemos comprobar el acercamiento a los diferentes grupos de interés que se desarrollan en torno a las entidades deportivas, ya sean a gran nivel como a un nivel menor y de carácter extraescolar (padres/madres, educadores, colegios). Estas actuaciones con los grupos de interés permiten añadir un nuevo elemento, permiten dar

lugar a la creación de un valor añadido frente a otros deportes que pueden prestar relevancia mundial (Breitbarth y Harris, 2008, p. 190).

Esta carencia y necesidad de interactuar con los agentes más próximos a los clubes de fútbol ha venido estipulada por cuatro razones marcadas en el tiempo, según ofrecen y determinan Breitbarth y Harris (2007, p. 195):

- a) Las responsabilidades que adquirió el fútbol derivadas de la Ley Bosman, que supuso la intervención legislativa en un sector que mantenía sus propios códigos y que a partir de entonces les obligó a prestar mayor atención a sus obligaciones culturales, económicas y sociales
- b) La globalización de los mercados
- c) Por los beneficios que obtenía de las comunidades locales en las que están implantados, especialmente por la inversión en infraestructuras
- d) Y, por último, por las diversas regulaciones que han realizado los gobiernos deportivos para hacer de este deporte no sólo más competitivo, sino también más relevante para la sociedad.

La relación entre RSC y deporte, cualquiera que sea la especialidad deportiva, está condicionada por los efectos positivos asociados que las actividades deportivas provocan en la sociedad, ya sea como potenciadores de la salud y como cohesión de la sociedad (Tacon y Walters, 2010).

3.3 RSC y Trabajo Social

En este pequeño apartado llevaremos a cabo la aproximación y relación entre estos dos términos, ya que como se puede comprobar la Responsabilidad Social Corporativa incluye ese apartado “social” donde la disciplina y profesión del Trabajo Social se vería inmersa.

La disciplina que nos atañe, el Trabajo Social, de manera existencial siempre ha arrastrado y atendido a un objetivo característico y común muy determinado. Nos referimos a la búsqueda continua de bienestar de la sociedad y de todos los ciudadanos y personas que la forman, intentando atender aquellas necesidades que por diversas razones pueden no encontrarse resueltas o satisfechas. Este objetivo, como podemos comprobar con la

información tratada anteriormente de la RSC en el plano empresarial, se encuentra muy ligado a esa vertiente que atienden las empresas de compromiso con la sociedad donde se desarrollan y relacionan con los posibles grupos de interés (comunidad local, consumidores, Administración Pública, etc...), y los diferentes agentes que pueden encontrarse. La conexión entre estos dos términos es evidente y, por lo tanto, es necesaria una continua aproximación entre ambos.

La atención del compromiso que asumen las entidades empresariales en cualquiera de sus tipologías (social, inclusión, medioambiental) debería ser estudiada y tratada por un profesional acorde a este tipo de situación, siendo conocedor de la población, recursos, relaciones sociales existentes, necesidades y conflictos latentes. El Trabajo Social aparece como una profesión con una serie de ventajas y características que lo hacen necesario en la atención de las acciones encaminadas al compromiso social de las entidades empresariales.

En la actualidad, cada vez son más las empresas que asumen este tipo de compromiso, mostrando a la sociedad su lado más solidario y afectivo con los efectos y consecuencias de su actividad. Puede que nuestra disciplina no sea vista y entendida en este ámbito de carácter empresarial y desconocido para la mayoría de la sociedad. En este sentido la Responsabilidad Social Corporativa puede establecerse como un puente que vincule el Trabajo Social al entorno empresarial, dando lugar a un nuevo escenario de actuación e intervención social que cada vez cobra más relevancia, dotando a su vez a las empresas de una nueva faceta de cara a la sociedad donde se encuentra inmersa.

3.4 RSC, Trabajo Social y Deporte

Como se puede ver, cada vez son más los ámbitos en los que las empresas y multinacionales se sumergen para hacer notar su presencia y buscar nuevos nichos de mercado. En el caso de la RSC se nos muestra una temática muy interesante dado que en este apartado son trabajados temas de carácter medioambiental, ético, y social que engloban a toda la sociedad y población, y que por ello el Trabajo Social se ve implicado, siendo una herramienta imprescindible para poder alcanzar estos objetivos y metas en la devolución del impacto de las actividades que las empresas pueden llegar a producir.

La relación directa de estos tres ámbitos (RSC, Trabajo Social y Deporte) cuaja de manera creciente. En la sociedad en la que nos movemos, cada vez más está instaurado el término de vida sana a todos los niveles (gastronomía, estilos de vida, actividad física) y a todas las edades, ya sean tempranas o adultas. El deporte se articula como una práctica saludable, que ha tomado fuerza y relevancia en nuestro día a día, siendo una prioridad en gran parte de la población. Son muchas las personas que realizan gran variedad de actividades de carácter físico (la gimnasia para las personas de más avanzada edad o el famoso y creciente running para todas las edades), pero en especial, y por su gran tradición, debido a sus raíces sociales, históricas o culturales, se encuentra el deporte rey en nuestro país, el famoso Fútbol, ese deporte que apasiona tanto a pequeños como a no tan pequeños. Esta disciplina se encuentra inmersa de manera espectacular en nuestra sociedad, tanto de manera directa (un alto porcentaje de los niños y jóvenes practican o han practicado fútbol en su trayectoria, ya sea a nivel informal o de carácter formal) como de manera indirecta, a través de los medio de comunicación como los telediarios, prensa deportiva, etc... o mediante actos culturales o de carácter social como la reunión de amigos en el bar para disfrutar del partido de fútbol o el de acudir un Domingo con el abuelo al estadio para ver a su equipo favorito.

En este escenario tan propicio para el establecimiento de relaciones de carácter personal, grupal y comunitario que se llega a desarrollar en la práctica de este deporte, sobretodo en edades tempranas, es evidente que el papel de una figura profesional que sea capaz de establecer la forma más adecuada de intervención en la sociedad; intervenir con personas, familias, grupos, organizaciones y comunidades para provocar la toma decisiones fundamentadas; o conocer las necesidades, circunstancias, riesgos, y recursos de las personas y el entorno, es fundamental y por ello es necesaria la figura del Trabajador Social.

Sin embargo, este planteamiento desde la perspectiva empresarial puede verse alejado desde el aspecto social, pero atendiendo al desarrollo de las acciones de RSC que puede llevar a cabo una organización (inclúyase dentro de esta denominación a los grandes clubs de carácter deportivo), estas se incluirían de manera excelente en este espacio que anteriormente hemos descrito. De este modo, llevando a cabo acciones de compromiso con la sociedad, la situación y posición estratégica de la entidad se vería revalorizada dado que

estas instituciones apostarían por algo más, apostarían por el desarrollo y compromiso con la sociedad y los agentes que participan en ella.

4. Resultados

4.1 Análisis RSC Fútbol Primera y Segunda División Española

En este apartado consta la revisión y análisis de las diferentes actuaciones que llevan a cabo entidades deportivas, en este caso, centradas en el aspecto futbolístico de primer nivel dentro del territorio español. En primer lugar aportaremos un cuadro resumen de todos ellos de manera resumida, mientras que seguidamente continuaremos con su desarrollo detenidamente.

Tabla 2. RSC Fútbol Primera y Segunda División Española

Entidad/Club	Fundación	Transparencia	RSC Interna/Externa	Contenido de RSC
PRIMERA DIVISIÓN (Liga BBVA)				
F.C Barcelona	Si	Cuenta con Memoria y Evaluación	Ambas	Social
Real Madrid C.F	Si	Cuenta con Memoria	Ambas	Social
Athletic Club de Bilbao	Si	No cuenta con Memoria	Ambas	Social

Valencia C.F	Si	No cuenta con Memoria	Ambas	Social
Sevilla F.C	Si	Cuenta con Memoria	Ambas	Social
Real Sociedad	Si	No cuenta con Memoria	Ambas	Social
SEGUNDA DIVISIÓN (Liga Adelante)				
C.A. Osasuna	Si	No cuenta con Memoria	Ambas	Social
Mirandes S.A.D	No	No cuenta con Memoria	Externa	Social
Real Zaragoza S.A.D	Si	No cuenta con Memoria	Ambas	Social

Fuente: Elaboración propia (2015)

Como podemos comprobar en la tabla mostrada anteriormente, encontramos una clasificación de los Clubs de Fútbol del más alto nivel en el territorio español. Entre todos los equipos de fútbol que forman las dos categorías de competición (Liga BBVA y Liga Adelante), siendo un total de 42, se ha llevado a cabo el análisis detallado de los más destacados y determinantes por sus diferentes características. Con la siguiente información se pretende analizar y revisar en un plano delimitado las diferentes acciones que llevan a cabo estas entidades atendiendo a los valores de Responsabilidad Social Corporativa. Por ello se ha llevado a cabo el estudio de diferentes Clubs de Fútbol español y de sus Fundaciones (si se contaba con ellas), estudiando las diferentes actividades y programas que se realizan atendiendo a diferentes destinatarios (RSC Interna o Externa), además de

comprobar el contenido que poseen este tipo de actuaciones (social, medio ambiental, etc...)

En la primera clasificación encontramos los Clubs pertenecientes a la Liga BBVA o Primera División, donde podremos destacar las diferentes actuaciones llevadas a cabo y encaminadas en lo referente a la Responsabilidad Social Corporativa que asumen estas organizaciones:

F.C. Barcelona

Este Club asume mediante su Fundación (creada en 1994) la responsabilidad social corporativa, teniendo como principales finalidades la utilización del deporte como eje vertebrador de sus acciones, teniendo muy presentes y siendo sus beneficiarios los colectivos de infancia y juventud, fomentando los procesos educativos y valores entorno al deporte, y siendo proyectores de Cataluña a través del Barça. El Club cuenta también con una memoria anual donde refleja sus compromisos y actividades desarrolladas durante ese periodo temporal. También será interesante referenciar que este documento cuenta con una evaluación procedente de los beneficiarios de las actividades llevadas a cabo por la Fundación. En lo referente al tipo de RSC, la Fundación destaca por su doble vertiente, atendiendo a iniciativas de carácter externo e interno donde podemos destacar:

Externa:

- Barça-Kids (atendiendo a valores pedagógicos en los centros docentes mediante plataformas virtuales y presenciales)
- Programa de Jóvenes Solidarios
- Programa “Somos lo que comemos”
- Alianzas con UNICEF
- Alianza con Bill & Melinda Gates Foundation
- Alianza con el COI (Comité Olímpico Internacional)
- Alianza con el BID (Banco Interamericano de Desarrollo)
- Alianza con la Fundación Lionel Messi y Neymar Jr
- Alianza con la Fundación Pies Descalzos

Interna:

- FutbolNet (manual para monitores con material pedagógico en la educación de la práctica deportiva)
- La Masía, Centro de Formación Oriol Tort

Real Madrid C.F

El contenido de RSC por este Club se proyecta a través de La Fundación Real Madrid mediante la cual se hace efectiva su presencia en la sociedad y el entorno humano y cultural donde se plasma. El objeto principal de la Fundación es fomentar, en España y en el extranjero, los valores deportivos y su promoción como instrumento educativo susceptible de contribuir al desarrollo integral de la personalidad de quienes lo practican. Y también como factor de integración social en beneficio de quienes padecen cualquier tipo de marginación, así como promover y difundir todos los aspectos culturales vinculados al deporte. Por otro lado, en lo referente al tipo de RSC, la Fundación destaca también por su doble vertiente, atendiendo a iniciativas de carácter externo e interno donde podemos destacar:

Externa:

- El Club cuenta con 124 Escuelas con un total de 10.065 beneficiarios dentro del territorio español, desarrollando Escuelas de carácter Socioeducativo en diferentes ámbitos (fútbol, fútbol inclusivo, baloncesto, baloncesto inclusivo, baloncesto adaptado, baloncesto en silla de ruedas, fútbol y baloncesto en centros penitenciarios, centros de acogida e internamiento, hospitales y personas mayores)
- 229 Escuelas Socioeducativas de carácter Internacional (atendiendo a un total de 70 países y más de 37.500 beneficiarios)
- Atención y colaboración con otro tipo de compromisos como:
 - Banco de Alimentos de Madrid
 - Investigación de Enfermedades (como la diabetes)
 - Compromiso Navideño (ningún niño sin juguete)
 - Colaboración con otras fundaciones (Iker Casillas, Rafa Nadal, etc...)

Interna:

- Campus Clinics y Tecnificación
- Jornadas de Aprendizaje
- Comunicación

Athletic Club de Bilbao

Este Club desarrolla de manera directa sus actuaciones referentes a la RSC mediante la Fundación Athletic Club Fundazioa, fundada en el 2002, teniendo como principal finalidad devolver a la sociedad parte de lo que la sociedad da al Athletic Club. Para ello, al igual que en los anteriores clubs, se realizan acciones específicas para responder y materializar esta responsabilidad, tanto actuaciones de carácter interno como externo a su vez:

Externa:

- En el plano social destacan el Equipo RAIS Fundación Athletic Club, para personas sin hogar; el Programa de Ahalegina para personas con discapacidad intelectual, la Liga Vasca de Deporte Adaptado que mantiene junto a la Federación Vasca de Deporte Adaptado o los equipos de fútbol con vocación de inclusión social puestos en marcha junto a la asociación Bakuva en Bilbao La Vieja. También destaca la colaboración con terceras entidades en el desarrollo de proyectos sociales.
- En el ámbito deportivo esta Fundación cuenta con los Campus de verano, el Campeonato de Fútbol Plaza y el Proyecto FútbolKalean (encaminado a fomentar el Fútbol en las calles de Vizcaya)
- Y en el apartado cultural cuenta con programas como Thinking Football, el festival de cine documental homónimo, el programa Letras y Fútbol, el concurso de reportaje y fotografía destinado a niños y niñas, el Bertsoderbia y las acciones programadas por la Fundación en torno al euskera. También se incluyen los proyectos que se encaminan en torno a programas de voluntariado.

Interna:

- En este apartado el principal protagonista es el Proyecto Deportivo Fundación Athletic Club Fundazioa centrado en diferentes acciones:
 - Zonas de tecnificación
 - Escuelas de porteros
 - Formación y soporte técnico a clubes convenidos
 - Centros médicos Fundación Athletic Club Fundazioa
 - Clubes Convenidos
 - Fútbol femenino

Valencia C.F

El Club, al igual que los anteriores que hemos tratado en este trabajo, delega sus actuaciones referentes a la RSC en su Fundación. Esta Fundación pretende impulsar la sociedad a través del sentimiento valencianista, y para ello se han determinado tres áreas de actuación como son la cultura y las raíces, la Responsabilidad Social y Solidaria, y finalmente la Educación y Salud. La Fundación del Valencia C.F lleva a la práctica acciones pertenecientes tanto a un tipo de RSC interna como externa:

Externa:

- Gloval Training Stages
- Valencia CF Cup
- Programa de Fútbol adaptado para personas con discapacidad intelectual con la Fundación MAPFRE
- Ligas Interempresas Ciudad Deportiva VCF

Interna:

- Campus de Verano (masculino y femenino)
- Fútbol 8 (masculino y femenino)
- Gloval International Programs

Sevilla F.C

El Sevilla F.C lleva a cabo sus actuaciones de responsabilidad social a través de la Fundación Sevilla FC, teniendo como objetivo principal transmitir los valores del Sevilla FC a través de actividades deportivas, sociales y culturales, vinculando el deporte y el Sevilla FC con la cultura y la acción social, e involucrándose en los temas que afectan a la sociedad donde se desarrolla. Entre sus actuaciones de RSC podemos destacar las siguientes:

Externa:

- Campaña Escolar “Sácale partido al cole”
- Programa “Mundialito de la Inmigración”
- Promoción y desarrollo del Fútbol en países subdesarrollados
- Veteranos del Sevilla F.C
- Programas referentes a formación académica (becas, masters, exposiciones)
- Programas de donaciones

Interna:

- Escuelas y Campus de Fútbol
- Escalafones Inferiores. Casa del Jugador
- Desarrollo del Fútbol Femenino

Real Sociedad de San Sebastián

Este Club desarrolla y transmite su compromiso con la RSC mediante la Fundación Real Sociedad FUNDAZIOA, siendo una entidad sin ánimo de lucro que tiene como misión principal la difusión, promoción de actividades deportivas, sociales y culturales. Por ello, tras el análisis realizado sobre sus acciones podemos destacar dos planos de actuación:

Externa:

En este apartado destacaremos la Función Social que asume la Real Sociedad, destacando las siguientes actividades:

- Programa de Valores (ligado al programa educativo)
- Actividades Culturales (museos, conferencias)
- Actividades Ludicodeportivas (campus, ligas de empresas)
- Actividades Sociales (donaciones, apoyo al euskera, integración)

Interna:

En este plano destacamos el apartado de formación de las categorías inferiores del Club, destacando los siguientes programas:

- Programa Interno de Formación
- Programa Externo de Tecnificación (Escuelas formativas)
- Programa Educativo
 - o Interno: Acercamientos entre los centros y las familias
 - o Externo: charlas y visitas

Por otro lado y finalizando este análisis, desarrollaremos y estudiaremos las actuaciones y acciones en lo referente a la Responsabilidad Social Corporativa que asumen los Clubs pertenecientes a la Segunda División de Fútbol o la Liga Adelante:

Real Zaragoza S.A.D

En el año 2007 el Consejo de Administración del Real Zaragoza aprobó la constitución de la FUNDACIÓN REAL ZARAGOZA, una organización sin ánimo de lucro cuya entidad fundadora es el Real Zaragoza SAD, teniendo como finalidad devolver a la sociedad lo que

ella le presta en un primer momento. Por eso, entre sus actuaciones de RSC destacamos las siguientes:

Externa (Área Social):

- Campañas a favor de la solidaridad y la integración de colectivos con dificultades, por medio del deporte y del fútbol en particular.
- Convenios con organismos públicos y privados para la defensa de valores éticos, especialmente en la juventud, y la lucha contra la violencia, el racismo y cualquier forma de discriminación.
- Participación en acciones solidarias de ayuda al tercer mundo y contra la pobreza.
- Apoyo a campañas en favor de la seguridad vial, la donación de sangre o cualquier otro fin de indiscutible valor social o humanitario.
- Colaboración con eventos festivos y culturales de fuerte arraigo en la sociedad aragonesa.
- Asistencia a hospitales infantiles, residencias de ancianos, centros de atención a discapacitados y cualquier lugar donde la presencia del Real Zaragoza pueda servir de ayuda a personas necesitadas.
- Proyectos de concienciación a favor de la vida sana, la práctica del deporte y una alimentación equilibrada, especialmente entre los más jóvenes.
- Programas de fidelización de socios y abonados
- Convenios de colaboración con entidades responsables de la formación académica y Universidad de Zaragoza (Área de investigación y documentación)

Interna (Área deportiva y de formación):

- Gestión de los equipos de cantera y categorías base del Real Zaragoza.
- Convenios con los clubes de Aragón en favor de la práctica deportiva de niños y jóvenes.
- Creación de la Escuela de Fútbol del Real Zaragoza.
- Orientación académica y profesional de los deportistas de la cantera.

- Mejora y mantenimiento de las instalaciones necesarias para la práctica del fútbol por parte de los equipos formativos.
- Promoción de la práctica del fútbol en las comarcas de la Comunidad Autónoma de Aragón y seguimiento de la preparación y la progresión de sus jóvenes deportistas.
- Organización de competiciones deportivas y campus de vacaciones

C.A. Osasuna

Este Club desarrolla sus actuaciones correspondientes a la RSC que asume mediante su Fundación. La Fundación Osasuna es una entidad sin ánimo de lucro que fomenta entre los niños/as navarros y sus familias el sentimiento rojillo, a través de actividades vinculadas a la práctica del fútbol, transmitiendo valores positivos tales como la vida sana, deportividad, esfuerzo, superación y competitividad. Entre sus actividades destacaremos las siguientes:

Externa:

- Obra Social: programa de colaboración con centros benéficos y socio-asistenciales de Navarra (partidos del C.A. Osasuna en el Estadio El Sadar).
- Programas de voluntariado
- Partidos Solidarios
- Colaboraciones con empresas

Interna:

- Escuelas de Fútbol (categorías inferiores)
- Campus (Semana Santa, Verano)

Club Deportivo Mirandés S.A.D

Este Club, a diferencia de todos los nombrados anteriormente, no cuenta con una Fundación mediante la cual desarrollar y llevar a cabo sus actuaciones de RSC, por lo que será importante destacar que las acciones de carácter que el Club realiza no son fruto de la Fundación. Entre estas actividades destacan los encuentros y partidos entre los veteranos

de Club, las plataformas virtuales de transmisión, el programa de socios y abonados de la temporada y la red de empresas (patrocinadores)

Tras la comprobación de la información obtenida y estudiada de los datos recopilados sobre los Clubs de Fútbol de Primera y Segunda división en el territorio español podemos realizar una minuciosa revisión de los mismos.

En primer lugar, podemos comprobar que la gran mayoría de los Clubs estudiados utilizan las Fundaciones como medio a través del cual proyectar su Responsabilidad Social en el entorno en el que se incluye, a excepción de uno de ellos, el Club Deportivo Mirandés S.A.D. Mediante estas Fundaciones se llevan a cabo diferentes tipos de actividades y programas que ofrecen diversas alternativas de intervención con los agentes implicados. Por otro lado, algunas de estas entidades intentan iniciarse en las diferentes modalidades de transparencia (páginas WEB, redes sociales, memorias de su actividad, etc...), ofreciendo una visión más cercana y real a la población que se encuentra vinculada con ella, a la vez que con la sociedad en un aspecto general. De manera general, podemos ver que varios Clubs que han sido estudiados ofrecen numerosa información de sus acciones en las páginas WEB de sus fundaciones, pero que por el contrario, solo son algunos (Real Madrid C.F, F.C Barcelona o Sevilla F.C) los que ofrecen una redacción completa de sus actividades, programas y compromisos en las memorias anuales. Además de esto, las facilidades de acceso al contenido de los programas ofrecidos por cada una de las fundaciones y equipos son diferentes, pudiendo encontrar fundaciones mucho más desarrolladas, delimitadas y estructuradas, como es el caso de la Fundación de la Real Sociedad, y otras en cambio se encuentran menos trabajadas de cara a la población que quiere conocerla (C.A. Osasuna). Otro dato característico y exclusivo en el F.C. Barcelona es la incorporación de sistemas de evaluación en el desarrollo de sus programas y actividades.

En segundo lugar, se llevó a cabo el estudio de la dimensión de la RSC que ofrecían estas entidades mediante sus fundaciones. Podemos destacar que todas ellas en su gran mayoría ofrecen acciones de carácter interno y externo. Respecto al carácter interno, estas entidades ofrecen programas y actividades que se relacionan con la formación de las categorías deportivas inferiores del Club, teniendo gran importancia ya que de estas futuras generaciones depende la continuidad deportiva de la gran mayoría de Clubs. Aunque también tendremos que aportar que la carga y dedicación de actividades referentes al plano

interno de RSC en los diferentes Clubs dependerá de la previsión y dirección deportiva del mismo. Mientras que en el plano externo de actuación vemos que estas organizaciones desarrollan actividades y programas de diversas características y contenidos (programas educativos y pedagógicos, programas con sectores de población en procesos multidimensionales de exclusión social de carácter nacional e internacional, centros penitenciarios, actividades con menores y discapacitados, entre otras muchas) atendiendo a diferentes perfiles que forman el espacio de actuación donde el Club de Fútbol se enmarca.

A continuación y en tercer lugar, estudiamos el contenido que muestra y ofrecen estas fundaciones mediante su RSC, mostrando que muchas y en su gran mayoría, atienden labores de orden social, dejando en segundo lugar otro tipo de contenidos como puede ser el compromiso con el medio. En este apartado tendremos que decir que se aprecia una gran tendencia a desarrollar actividades y programas que retroalimenten la estructura de los propios Clubs de Fútbol. Con esto nos referimos a que gran parte de estas organizaciones apuestan por crear valor y fomentar la formación y desarrollo de los actores que directamente actúan con ellos y participan en su actividad de carácter deportivo-competitivo (categorías inferiores, campus de verano, formación de valores en las escuelas deportivas).

Finalmente, para acabar con esta revisión tendremos que resaltar como es evidente que existen grandes diferencias, como es de esperar, entre los diferentes Clubs de Fútbol que se han estudiado, ya que de la capacidad económica-deportiva que posean, las acciones que se desarrollen entorno a la RSC estarán más o menos desarrolladas. Podemos ver que los Clubs como el Real Madrid C.F o el F.C Barcelona llevan a cabo acciones mucho más expansivas y desarrolladas que otros Clubs como pueden ser los de Segunda división. También encontramos diferencias en cuanto a la temática tratada mediante las acciones que se llevan a cabo en las distintas fundaciones, ejemplo de ello es la diferencia que existe entre el amplio contenido educativo y pedagógico que desarrolla el F.C Barcelona y la gran capacidad multidimensional de las acciones de la Fundación Real Madrid que llevan a cabo en los diferentes colectivos sobre los que se actúa. Pero por el contrario encontramos entidades que motivadas por diversas causas, llevan a cabo y practican programas centrados solamente en aspectos internos del club (formación de las categorías inferiores), dejando a un lado la atención a otras motivaciones de carácter externo y social.

4.2 Análisis RSC Fútbol a nivel local

Desplazándonos a un radio de alcance inferior a nivel deportivo, nos enmarcaremos en el plano local, analizando las diferentes actuaciones de Responsabilidad Social que se han llevado a cabo por los Clubs de orden inferior pertenecientes al entorno de la ciudad de Logroño.

Partiendo de un aspecto general, podemos constatar que son muchos los Clubs de la ciudad de Logroño y de la CC.AA de La Rioja que desarrollan actividades que se podrían enmarcar dentro de un proceso de RSC, pero tendremos que ser conscientes que muchas de estas actuaciones son llevadas a cabo atendiendo a necesidades meramente deportivas y/o económicas. Entre todas ellas podemos destacar los numerosos campus deportivos que se realizan durante los periodos vacacionales de los niños y niñas, los torneos que muchas de estas entidades realizan en sus instalaciones acogiendo a multitud de menores y sus responsables, entre otras actuaciones. Pero centrándonos en un Club en concreto y del cual hemos sido testigos de este tipo de actividades, expondremos a continuación el compromiso de carácter social que asume uno de ellos, el Club Deportivo Villegas de Logroño.

El C.D Villegas desarrolla un objetivo primordial como es el de continuar con el espíritu de un club de barrio donde se localiza, cercano a la gente y de carácter totalmente altruista. Resaltando el papel que juega el club al desarrollar y prestar una actividad deportiva de carácter extraescolar, dando cobertura a las necesidades y dedicación del tiempo libre de las jóvenes generaciones próximas a los barrios de Madre de Dios y San José Obrero en la ciudad de Logroño y también siendo consciente de la actual situación económica y social por la que pasan las familias que forman parte de él.

Una de las principales aportaciones “sociales” que desarrolla el C.D Villegas es la riqueza de las interacciones culturales de los diferentes niños que forman parte del club. Actualmente el club es diferenciado entre el resto de club del entorno por su alta participación de los colectivos inmigrantes (contando actualmente con un gran número de nacionalidades y procedencias: Marruecos, Pakistán, Camerún, Nigeria, Rumania, Georgia, Colombia, Venezuela, Bolivia, Ecuador, entre otras) dando lugar a una gran riqueza cultural entre los más pequeños y afectando directamente a las generaciones de más edad

(que pasan gran tiempo en las dependencias y proximidades de las instalaciones de “La Ribera”).

Para seguir continuando con la revisión de la información que se ha podido tratar en este trabajo, atenderemos y comentaremos el análisis llevado a cabo en un Club local como es el C.D. Villegas.

Este Club fue creado en los barrios de Madre de Dios y San José Obrero por sus vecinos que desarrolla actividades especializadas en la práctica del fútbol y su promoción desde edades tempranas (6 años) hasta edades más adultas (mayores de 18 años). Fue fundado en 1974 como consecuencia de la iniciativa de un grupo de amigos que vivían en torno a la calle Villegas y que compartían su pasión por el fútbol; además de considerarse una extinción del Atlético Riojano. En su primer año de vida, el Villegas solo contó con un equipo en la categoría alevín y a partir de ese momento los niños del barrio se sumaron al ilusionante proyecto y, con los años, el número de equipos del club ha crecido, hasta alcanzar la veintena en los últimos años. Entorno a los años 1982-1983 cuando el club contaba con unos diez años de vida estuvo a punto de desaparecer, junto con los años noventa que fueron unos años muy malos para el club, coincidiendo con el auge de otros equipos del barrio como son el C. P. Calasancio y el Cantabria (club originario de la Fundación Cultural Recreativa Cantabria). Su localización en estos dos barrios es debida al origen de los jóvenes participantes en los equipos de fútbol, los cuales procedían de ambos barrios junto con la localización del campo de fútbol. En un primer lugar el C.D Villegas no tuvo campo propio, realizaba sus actividades en unos terrenos cedidos por los Escolapios al lado del antiguo campo de Las Gaunas. Con la ampliación de la ciudad y la creación de la circunvalación exterior de Logroño el club pasó a desempeñar sus actividades en el Campo de la Universidad, que posteriormente se abandonaría tras la creación del Campus Universitario de la Universidad de La Rioja. Finalmente y tras su remodelación en 2005 se consiguió crear el actual campo de fútbol de “La Ribera” donde se encontraría enmarcado el C.D Villegas (en sus inicios esta obra traería varias disputas entre los clubs de las zonas más próximas dado que este campo fue el primero de hierba artificial de la ciudad de Logroño; curiosamente el C.D Villegas fue el único club de la zona que sobrevivió, dado que otros clubs como “La Unión”, “San Mateo” o “Cantabria” acabaron desapareciendo).

Atendiendo por otro lado al punto de vista que mostró la Junta Directiva respecto a la iniciativa en el desarrollo de programas de RSC pudimos comprobar la implantación y desarrollo del “Modelo de Cohesión Social mediante la Intervención Deportiva”, desarrollado en Prácticas Externas como un elemento a tener en cuenta en la estructuración de la responsabilidad social que pueden desarrollar entidades futbolísticas a nivel local y a su vez, poder comprobar y evidenciar el papel que puede desarrollar un Trabajador Social en el ámbito deportivo mediante el proceso de RSC.

Hemos podido comprobar que las prácticas deportivas adquieren una creciente importancia en la ocupación del tiempo libre juvenil, mostrando la riqueza que estas actividades poseen a niveles educativos y formativos, adaptándose a las necesidades y vivencias de los colectivos que participan en ellos. En este sentido, podemos estar siendo testigos de una nueva herramienta indispensable para trabajar la intervención social en sus diferentes niveles, tanto individual, grupal o comunitario. Pero por el contrario, actualmente no podemos contar con este tipo de acciones centradas en el colectivo juvenil con necesidades específicas, pero son muchos los colectivos que ya utilizan este tipo de actividades físicas como es el caso de los deportes de equipo para la población reclusa o deportes de defensa personal como el judo para personas con problemas toxicológicos.

Por toda una serie de características y razones podemos acreditar que el deporte, y en particular el fútbol, pueden convertirse en una herramienta indispensable para encontrar nuevas líneas de intervención con determinados colectivos sociales. Este deporte posee unas cualidades que posiblemente muchos otros no tengan, con ello no nos referimos a que sea más beneficioso o menos beneficioso que cualquier otro tipo de práctica, al contrario, en esta disciplina podemos encontrar varias razones que hacen de ella un recurso muy valioso e interesante para la profesión de lo social, ya que el colectivo de infancia y juventud se encuentra inmerso en esta práctica, ya sea de manera formal o informal y además muchos de los hábitos de vida (consumo, estilos de vida, relaciones sociales – personales) se encuentran determinados por él. Asistimos a una disciplina en la que, la participación de los colectivos está en su gran mayoría garantizada dado que es una de sus principales inquietudes, diferenciándose de otro tipo de iniciativas de inserción más vinculadas a la escuela, que pueden vivirse como una obligación, pudiendo encontrar una nueva forma de intervención a través del uso de estas prácticas tan comunes en la sociedad. Siendo testigos y participantes de esta renaciente realidad, pudimos ser testigos y

comprobar como el “Modelo de Cohesión Social mediante la Intervención Deportiva” se desarrolló de manera satisfactoria en un Club local como el C.D. Villegas, llevando a cabo una metodología e intervención social donde el papel del Trabajador Social se veía reforzado. Este modelo desarrollo e implantó actividades dentro de la propia estructura del Club que serán expuestas a continuación en el siguiente cuadro:

Tabla 3. Actividades

Actividad	Objetivo	Responsable	Lugar	Metodología
Encuentro con los entrenadores	Conocer las necesidades y carencias de los responsables en desarrollo de la práctica deportiva	Trabajador Social en Prácticas Externas	Instalaciones del Club Deportivo Villegas	Se producirán dos encuentros (1 hora cada uno y en fecha diferente) para conocer las necesidades a nivel socioeducativo de los entrenadores, realizándose una posterior devolución por parte del T.S
Introducción de los auxiliares al entorno federativo	Posibilitar la participación de jóvenes del barrio en la práctica deportiva del fútbol mediante la labor formativa del C.D. Villegas	Trabajador Social en Prácticas Externas	Instalaciones del Club Deportivo Villegas	El T.S llevará a cabo un acompañamiento y seguimiento de la labor que desarrolla el auxiliar que asistirá a la dinámica de un grupo específico durante dos días semanales
Campaña de recogida de ropa deportiva	Concienciar sobre la realidad de los menores que tengan carencias específicas y facilitarles ropa deportiva	Trabajador Social en Prácticas Externas	Instalaciones del Club Deportivo Villegas	Desde EnZigZag se realizará una captación de ropa del entorno deportivo del club, durante 2 semanas aprox. Se repartirá de forma discreta a los menores que lo necesiten

Fuente: Elaboración propia a partir de Modelo de Cohesión Social mediante la Intervención deportiva. Prácticas Externas de Intervención Social.

5. Conclusiones

Una vez llegados a este punto, nos disponemos a sintetizar en forma de conclusiones los contenidos más significativos de todo el trabajo realizado, los cuales nos sirven para esclarecer todo el proceso que se ha seguido tras haber analizado de manera detallada los resultados de nuestro estudio. Además, algunas de estas conclusiones servirán para poder aceptar o rechazar aquellas hipótesis que se plantearon al inicio de este trabajo. Para ello partiremos en primer lugar de lo más general y amplio, para después acercarnos a un plano más concreto. Por lo tanto, las conclusiones de nuestro trabajo son las siguientes:

- Atendiendo a la primera hipótesis, “la complementación entre las disciplinas del Trabajo Social y el ámbito empresarial a través de la Responsabilidad Social Corporativa tiene beneficios y es posible”, aceptamos esta afirmación ya que se ha comprobado que el contenido de las acciones emprendidas de RSC por los Clubs de Fútbol, se encuentran muy ligadas a los procesos de planificación e intervención que desarrolla la metodología propia del Trabajo Social. Pudiendo ser nuestra disciplina la más adecuada para intervenir sobre aquellos colectivos, objeto de actuación de estas entidades, para hacer valer su responsabilidad con la sociedad donde se desarrollan.
- En relación a la segunda hipótesis planteada “las acciones socialmente responsables emprendidas por los clubes de fútbol del más alto nivel son escasas y se encuentran ligadas única y exclusivamente a la práctica deportiva”, diremos que esta afirmación no es del todo cierta, ya que la gran mayoría de los Clubs de Fútbol estudiados, desarrollan un amplio abanico de actividades sociales, incluyendo tanto aquellas centradas exclusivamente en la práctica del Fútbol, como las dispuestas para diversos colectivos sociales (discapacitados, presos, colectivos inmigrantes, etc.). Pero también habrá que aportar que las actividades entorno a la práctica del Fútbol (principalmente, las de formación de las categorías inferiores) son prioritarias para estas entidades, ya que son las que les van a reportar los beneficios que son necesarios para desarrollarse como entidades deportivas.

- Continuando con la tercera hipótesis enunciada “es posible que el Trabajador Social desempeñe sus funciones dentro de un club de carácter deportivo, asumiendo el espacio de compromiso y responsabilidad social”, podemos corroborar que este hecho es real ya que, debido a la experiencia llevada a cabo en el C.D. Villegas en la ciudad de Logroño, hemos sido testigos de cómo un profesional del ámbito social puede asumir la dirección, creación e implementación de acciones relativas al compromiso y responsabilidad social que puede llegar a desarrollar una entidad deportiva.
- Respondiendo a la última de nuestras hipótesis “la implantación dentro de un club local de acciones atribuidas a la responsabilidad social corporativa son asumibles y viables”, tendremos que decir que esta realidad es cierta ya que como hemos podido comprobar, la implantación de actividades de este tipo dentro de la estructura de un club local es totalmente viable. Ejemplo de ello es el Modelo de Cohesión Social mediante la Intervención deportiva desarrollado en el C.D. Villegas.

Una vez contrastadas todas nuestras hipótesis, también podemos añadir las siguientes conclusiones:

- Se aprecia cómo las actuaciones de compromiso con la sociedad donde se encuentran inmersos estos Clubs son cada día mayores. Además también es evidente que existen diferencias en el desarrollo de actividades y acciones de RSC dentro de los distintos Clubs de Fútbol a nivel profesional (primera y segunda división). Es notoria la relación que existe entre la capacidad económica/poder de actuación y las acciones de compromiso social que desarrollan las entidades. En este sentido podemos comprobar como los grandes Clubs (Real Madrid C.F. o F.C. Barcelona) de nuestro país desarrollan acciones sociales más potentes que el resto de Clubs con menor capacidad, ya sea presupuestaria o deportiva (C.A. Osasuna, Real Sociedad, etc.).
- A nivel local y federativo, se ha podido comprobar que las actuaciones de RSC de los distintos Clubs se encuentran poco desarrolladas, centrándose solamente en

actividades específicas de la práctica del fútbol (ej: campus de verano), dejando a un lado otro tipo de actividades de orden social (formación educativa y pedagógica de entrenadores, entre otras).

6. Bibliografía

- Alberich, T. (2014, junio). *Movimientos Sociales, Responsabilidad Corporativa e Inclusión Social en la Globalización*. Revista Internacional de Sociología (RIS). Disponible en: <file:///C:/Users/aaa/Downloads/589-847-1-PB.pdf>
- CaixaBank (2010). *Los Índices Bursátiles de Sostenibilidad*. El Aula del Accionista. Recuperado de:
<https://www.caixabank.com/deployedfiles/caixabank/Estaticos/PDFs/AprendaConCaixaBank/aula774.pdf>
- Carrasco, J. (2009). Empresa y Trabajo Social, ¿una relación de ida y vuelta?. *Humanismo y Trabajo Social*, 8, pp.69-83.
- Club Deportivo Mirandés S.A.D. (2015, mayo 2). Web Oficial Club Deportivo Mirandés S.A.D. (online). Disponible en: <http://www.cdmirandes.com>
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: (s.n)
- Domínguez, R. y Fernández, J. (2011). *Libro Blanco de la RSC*. Santander: (CEOE CEPYME Cantabria).
- Fundación Centenario del Sevilla F.C. (2014). *Memoria de actividades 2013-2014*. La revista de la Fundación Centenario del Sevilla F.C. Recuperado de:
http://sevillafc.es/mailling2/sfc/fundacion/revista_fundacion/memoria_fundacion_n08.pdf
- Fundación F.C. Barcelona (2014). Memoria 2013-2014. Barcelona: Fundación F.C. Barcelona. Recuperado de:
http://media3.fcbarcelona.com/media/asset_publics/resources/000/127/122/original/MEMORIA_FUNDACIO_CASTELLANO_2013_14_baixa.v1413902846.pdf?_ga=1.87118808.1371923503.1434886330
- Fundación Osasuna. (2015, mayo 22). Página Web de la Fundación Osasuna (online). Disponible en: <http://www.fundacionosasuna.com/index.aspx>
- Fundación Real Madrid (2014). Memoria Anual. Madrid: Fundación Real Madrid. Recuperado de:
<http://www.realmadrid.com/cs/Satellite?blobcol=urldata&blobheader=application%2Fpdf&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1203352052064&ssbinary=true>

- Fundación Real Zaragoza (2015, mayo 15). Real Zaragoza sitio Web oficial (online). Disponible en: <http://www.realzaragoza.com/fundacion/actividades>
- Fundación Valencia Club de Fútbol (2015, mayo 20). Actividades deportivas (online). Disponible en: <http://www.fundacionvalenciacf.org/verListadoPublicoActividades.do?method=mostrar>
- Fundazioa Athletic Club de Bilbao (2015, abril 23). Quienes somos (online). Disponible en: <http://www.athletic-club.eus/cas/fundacion-mision.html>
- Jefatura del Estado (2002). *Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones*. Madrid: (BOE núm. 310).
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2013). *Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas*. Madrid: (Ministerio de Empleo y Seguridad Social Subdirección General de Información Administrativa y Publicaciones)
- Olabe, F. (2012). La RSC como factor de reputación en los clubes de fútbol profesionales. *Revista internacional de investigación en Comunicación aDResearch ESIC*, (6), pp. 144-157.
- Quiroga, M., Vargas, J. y Cruz, A.E. (2010), Trabajo Social y Responsabilidad Social: Notas para una discusión ideológica. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal (nº 12)*, pp.175-193. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39617422009>
- Real Sociedad Fundazioa (2015, abril 20). Qué hacemos (online). Disponible en: <http://fundazioa.realsociedad.com/document/view/165193>
- Rêgo, A.P. (2012). Responsabilidad Social en los Clubs de Fútbol: Propuesta de Modelo. (Tesis inédita), Universidad de Granada, Facultad de ciencias económicas y empresariales, ES.
- Virto, C. (2014). *Modelo de Cohesión Social mediante la Intervención Deportiva*. Prácticas Externas de Estudio-Diagnóstico. Universidad de La Rioja.
- Virto, C. (2015). *Modelo de Cohesión Social mediante la Intervención Deportiva*. Prácticas Externas de Intervención Social. Universidad de La Rioja

