

# FAGDE - Gestores del Deporte nº 22

<https://www.fagde.org/>

## El club deportivo del siglo XXI



*Autores: Dimas Pinto (Presidente de Apogesd, profesor de Gestión de las Organizaciones Deportivas en el IESFAFE y Consultor Deportivo en Prosport) y Luís Rodrigues (Director de Instalaciones de Tiempo Libre, presidente de la Dirección de Guimagym y profesor universitario).*

**Los clubes deportivos** son considerados las **células básicas del sistema deportivo**. Con los años, este tipo de organización se ha transfigurado y hoy desempeña un papel decisivo en la vida de la población. Sin embargo, creemos que **su papel puede ser más relevante en las estrategias municipales para promover la actividad física de las poblaciones** y no debe terminar con la exclusividad de la práctica competitiva.

Hoy en día, la intervención principal de un club deportivo está estrechamente relacionada con la práctica deportiva competitiva. Ya hay algunos buenos ejemplos de clubes que han descubierto un potencial de sostenibilidad, que buscan intervenir en otras áreas sociales y, de esta manera, asegurar la apertura a la comunidad que nos parece fundamental.

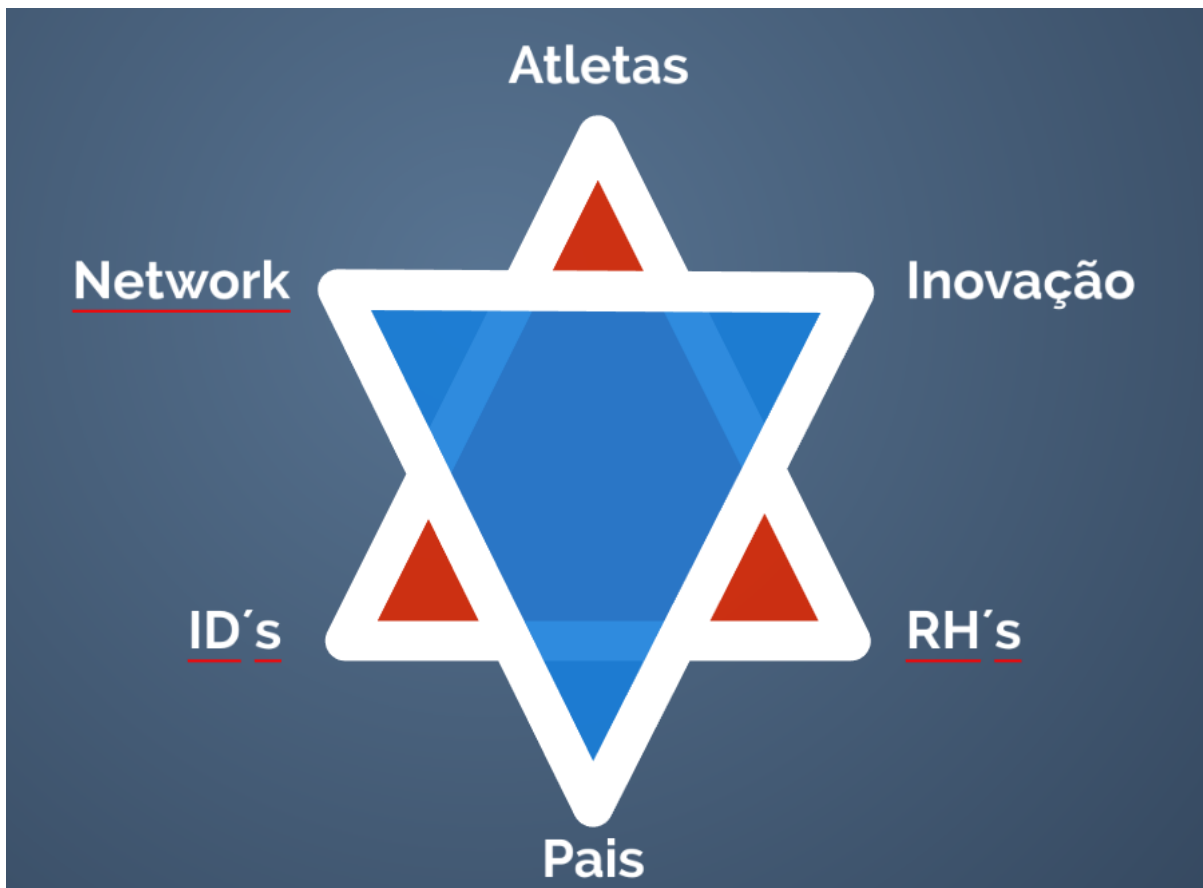
**El club deportivo del siglo XXI tendrá que asumir esta realidad.** Ser un club disponible para dar las respuestas que impone la realidad y ser más que un club en el sentido estricto de la palabra.



**En Portugal** hay un poco más de 10 millones de habitantes y, según el último estudio conocido, **10.765 clubes**. Suponiendo que todos puedan practicar deporte en un club, obtenemos un promedio de 958 atletas por club. Con estos números, podríamos decir que los clubes serían sostenibles con este número de atletas. Sin embargo, **la tasa de participación en Portugal es del 32%**, lo que reduce el número promedio de atletas por club a 307. Con este número de atletas, probablemente ya tendríamos algunos clubes que podrían no tener las condiciones necesarias para la sostenibilidad. Pero, sobre la base de la premisa de que la mayoría de los clubes se limitan a los deportes exclusivamente competitivos, encontramos que la tasa de participación de los jugadores federados es solo del 6%, lo que reduce el número promedio de atletas por club a 55. **Con esta cifra, la mayoría de los clubes no encontrarían sustentabilidad para desarrollar su trabajo** y probablemente cerrarían.

El camino es revertir la visión tradicional del club como una mera organización para responder a las personas interesadas en practicar un deporte competitivo hacia una visión empresarial donde el club deberá ser tratado como una marca, encontrar y definir sus productos y servicios de calidad. En la búsqueda constante de nuevos públicos que deben satisfacer las necesidades de la actividad física y el deporte.

El camino es implementar una "**estrella mágica**" con **6 vértices estratégicos** y para lo cual tendrás que encontrar estrategias para lograr tus propósitos.



Esta imagen traduce nuestro pensamiento. La articulación entre estas 6 hebras deberá ser armoniosa para funcionar.

**Atletas:** son los elementos que se asumen como la razón de la existencia del club deportivo.

**Padres:** esto es esencial para asegurar la lealtad de los atletas y los verdaderos clientes de un club deportivo (en aquellos casos en los que pagan las cuotas mensuales).

**Instalaciones deportivas:** uno de los factores de desarrollo deportivo más importantes que permite la acción del club.

**Red:** Es esencial asegurar las relaciones de red con varias instituciones y mejorar la credibilidad y la oferta de productos y servicios en un club.

**Innovación:** uno de los factores que pueden diferenciar a un club deportivo en la era digital que estamos atravesando.

**Recursos humanos:** el factor crítico de éxito más importante de cualquier organización. Las organizaciones son personas, y como tales, los resultados dependen claramente de su calidad. Tendrá que pasar por una mayor participación del director deportivo en la vida de estas organizaciones.

23 · 24 NOVEMBRO 2017

## XVIII CONGRESSO NACIONAL DE GESTÃO DE DESPORTO

# O DESPORTO NAS CIDADES DO FUTURO

AULA MAGNA DO INSTITUTO  
POLITÉCNICO DE VISEU

ORGANIZAÇÃO



MUNICÍPIO DE  
VISEU

VISEU ATIVO



Associação de  
Desportos do  
Viseu



Con la implementación de esta estrella mágica, tenemos un nuevo concepto de atletas en un club deportivo: los practicantes que se convierten en el nuevo objetivo de los clubes "encajan" en este universo con todas las personas, independientemente del grupo de edad y el compromiso que pretenden asumir con la práctica deportiva.

En el nivel de planificación, los clubes tendrán que encontrar las herramientas que necesitan para articularse mejor en **3 niveles**:

### **ESTRATÉGICO**

Definición de la misión, visión y objetivos principales de la organización. Enfoque a largo plazo.

### **TÁCTICO**

Abarcan áreas especializadas y traducen la estrategia organizativa de cada sector. Centrarse en el medio plazo.

### **OPERACIONAL**

Establecen las actividades y los recursos que se utilizarán para lograr los objetivos de la organización. Centrarse en el corto plazo.

Finalmente, es importante identificar los factores críticos de éxito para el club deportivo del siglo XXI y eso le puede permitir un papel preponderante en la actualidad. Hemos identificado **6 factores que pueden marcar una diferencia en la intervención del club**, los cuales pasamos a presentar a continuación:

- 1. Estrategia:** Asumir la organización como un club de practicantes, aumentando así el espectro y el universo de captura de su objetivo.
- 2. Estructura:** define de manera consistente la misión, la visión, los valores y el tipo de liderazgo que se implementará en la organización.
- 3. Innovación:** no podemos cerrar el concepto de deporte y es fundamental estar alerta a las tecnologías de la información disponibles en el mercado para mejorar la intervención del club;
- 4. Red:** la proximidad a la comunidad y las organizaciones que giran alrededor del club.
- 5. Recursos:**



la importancia de los recursos humanos, financieros y materiales;

**6. Comunicación:** el club debe ocuparse de ocupar los espacios donde se encuentran sus clientes y, entre otras decisiones, definir las plataformas sociales más adecuadas.



Estos son los "ingredientes" que consideramos cruciales para que un club se convierta en una organización capaz de garantizar su sostenibilidad, capaz de diferenciarse y tener un papel activo en las estrategias para promover el deporte, ya que no debemos olvidar que **los clubes son las estructuras del sistema deportivo que logran estar más cerca de la población.**

**Link to Original article:** <https://www.fagde.org/revista-fagde-no22/el-club-deportivo-del-siglo-xxi?elem=285655>