

Implicaciones de la adhesión de los clubes de fútbol al pacto mundial de naciones unidas

José Luis Fernández Fernández y Raúl López Martínez

La vorágine informativa asociada al COVID-19, provoca que, en ocasiones, noticias de alto calado para un determinado sector, pasen un tanto inadvertidas, de manera que conviene volver sobre ellas para analizarlas con la importancia que en su caso merecen. Es lo que ocurrió con la **adhesión**, hace aproximadamente un mes, del **Getafe CF**, a través de su Fundación, al **Pacto Mundial de Naciones Unidas**.

Sin embargo, a este hecho no se le ha concedido la relevancia que, a nuestro juicio, merece: más allá de algunos iniciados en la materia, ni los medios ni la opinión pública parecen haber captado la trascendencia y las implicaciones de este refrendo del *Global Compact* por parte del club getafeño.

Por lo demás, lo cierto es que el *azulón* no es el único club español en haberse sumado y suscrito la iniciativa, puesto que el pasado mes de mayo, el **Real Madrid** había ya hecho lo propio, convirtiéndose así en el primer club de fútbol en suscribir el Pacto Mundial como “participante”, dispuesto con ello a un compromiso que, sin duda, implica voluntad de mejora y apuesta proactiva por atender a los requerimientos y estándares éticos que el Pacto propone.

El Pacto mundial de las Naciones Unidas (<https://www.pactomundial.org/>) es una iniciativa que, en modo alguno cabría adjetivar como nueva. De hecho, la propuesta y su lanzamiento hay que ir a buscarlos a un lejano ya año 1999.

Todavía estábamos en el siglo pasado. **Muy al final** y en los estertores, cierto es: pero, en todo caso, en el **siglo XX**. Algunos, enfrascados -tal vez, a falta de otra cosa mejor que hacer y por no entretenerse con el bonito ejercicio de espantar moscas con el rabo: no fuera a ser que los demonizaran-, decimos que algunos andaban a la sazón **porfiando en aquel divertido debate aritmético** -remedo de aquel otro de si galgos o podencos en el cuento infantyl- acerca de si el milenio que habría de empezar, lo iba a hacer al terminar aquel año; o si, por contra, habríamos de retrasar la efeméride exactamente trescientos sesenta y cinco días más...

Otros, más impresionables y, quizás, aquerenciados a la compra de relatos milenaristas, sentían correrles por el espinazo cierto desasosiego y se pensaban si salir o no salir a celebrar el cotillón entre la fiesta de san Silvestre y el día en que las Manuelas y los Manueles -como ahora e estila; y ya puestos, los *Monolos*, los *Manolitos*, las *Lolas*, *Manolas*, *Manolitas*, *Lolillas* , ¡ay!, también las *Lolitas*.- celebran su onomástica: ¡no fuera a ser que el guarismo maldito nos sorprendiera con el **apagón** e hiciera que se parara el mundo, a resultas de que los algoritmos y el *software* embutido en los programas de los ordenadores se fueran a volver majaretas y se fundieran todos los plomos, los ascensores dejaran de funcionar y el caos invadiera, como los marcianos, la Tierra!

Seguro que el lector lo recuerda. Y no sin cierto resabio nostálgico... ¿Verdád, usté? ¡Contradigamos a Gardel, hombre! -*Carlitos, cada día cantás mejor*:- ¿Cómo que no son nada? **En veinte años ha pasado**

-y nos ha pasado- de todo: sobre todo, nos han pasado por encima y, en el andar de la vida, nos han colado goles sin habernos enterado del todo de por dónde nos entraban. Es el sino de lo humano... Y no tiene vuelta de hoja. Así que, a dar tabaco y a barajar...

Pues bien, por las calendas aquéllas que rememoramos, se perfilaba y la ONU proponía *urbi et orbi* el famoso *Global Compact*. Esto es, el bien traído y llevado -pero no todavía suficientemente conocido- Pacto Mundial de las Naciones Unidas. No suficientemente conocido, decimos, pese a que en España, con el impulso y de la mano del benemérito don **Rafael del Pino**, el factótum de Ferrovial, se constituyera la **Red Española del Pacto Mundial** que, a la sazón pasaba -y, en cierta medida, pasa todavía- por ser una de las más nutridas, dinámicas y afanosas.

El *Global Compact*, como decimos, es un gran desconocido, pese a que su esencia es fácil de identificar: El Pacto Mundial de las Naciones Unidas es un **llamamiento a las empresas para que incorporen diez principios** universales relacionados con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción en sus estrategias y operaciones; así como para que actúen de forma que avancen y contribuyan a la consecución de los famosos **Objetivos de Desarrollo Sostenible** -¡sí, sí!: ¡los del *pin* redondo de colorines, que tantos politiquillos nos lucen... con más descaro e inconveniencia de lo deseable!-en el marco de la **Agenda 2030**.

Aprovechando la circunstancia de que el Getafe se suma a la iniciativa... estimamos conveniente en este **Toma y Dada** de mediados de enero del 21, dar respuesta a algunas preguntas que pueden surgir al respecto, tales como **qué es el Pacto Mundial** o **qué implica la adhesión al mismo**.

El Pacto Mundial de Naciones Unidas -lo acabamos de decir- es un llamamiento por parte de la ONU al sector privado -empresas y organizaciones de todo tipo: universidades, ONG... y, naturalmente, también las deportivas- para que, en definitiva, alineen sus estrategias y operaciones con la **Responsabilidad Social**.

El Pacto está considerado como **la mayor iniciativa voluntaria a nivel mundial**, cuyo fin es transformar el mercado global, tejiendo una red de organizaciones sostenibles que basen su estrategia de actuación sobre la base de diez principios, distribuidos en las cuatro áreas ya mentadas; a saber: derechos humanos y laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

La adscripción al Pacto es voluntaria; ahora bien, aquellas entidades que lo suscriben se comprometen a defender los principios y a difundirlos. Y tienen que dar cuenta una vez al año -en el denominado ***Informe de Progreso***- acerca de los avances obtenidos a la hora de aplicarlos en su gestión ordinaria. Por lo demás, ya va dicho pero merece la pena insistir en ello, la ONU ha aprovechado la existencia de este instrumento para promover desde él y con él el avance en la consecución de las 169 metas -¡ahí es ná!, que diría el castizo- en que se despliegan, con su correspondiente listado de indicadores, los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, previstos, a su vez, en la **Agenda 2030**.

El fin principal de dichos Objetivos es mitigar desigualdades y **equilibrar diferencias**. Para ello -¡qué duda cabe!- las entidades deportivas pueden ejercer un innegable protagonismo y ostentar un papel protagonista de primer orden, máxime en un contexto como el actual, donde asistimos a un **proceso de cambio**, de carácter **disruptivo**, generalizado y extendido a todos los niveles. En esta tesitura, adquieren notable protagonismo aspectos tales como el **diálogo social**, el empeño por la búsqueda del **valor compartido** y

la herramienta que constituyen las **plataformas colaborativas**, trasunto del espíritu de la Cuarta Revolución Industrial y de las expectativas que cabe generar respecto a **un desarrollo tecnológico al servicio de la gente**.

Pues bien, en ese contexto, el **Pacto Mundial**, precisamente por el compromiso y la posibilidad de innovación transversal que implica, representa el **marco idóneo para impulsar el avance** en lo que va dicho sobre el diálogo, el valor compartido y una digitalización que ponga lo humano en el centro del proceso.

En las sociedades modernas, el deporte –del que el fútbol representa, sin duda, la máxima expresión- ha adquirido una gran relevancia como espectáculo de masas y fenómeno globalizado. Ello, por lo demás, tiene un efecto multiplicador y los efectos sociales y económicos que se generan a su alrededor tienen un impacto de primera magnitud. Uno de los que, con mayor agudeza advirtieron el efecto potencial que el deporte lleva ínsito en su esencia, fue **Nelson Mandela**, quien en 1995 pronunciara su célebre frase *"el deporte tiene el poder para cambiar al mundo"*.

Este impacto constituye un magnífico instrumento de difusión de valores, entre los que destacan los ligados con la *Responsabilidad Social*, sinergia que viene motivada por los efectos positivos que se asocian a la actividad deportiva. Además, **la mayoría de las organizaciones deportivas han tomado conciencia de su incidencia** entre sus principales *grupos de interés*, marco subjetivo que, en un mundo tan globalizado como el actual, se ha ampliado enormemente. Notemos, al respecto el hecho cierto de que, en la más recóndita y humilde aldea del planeta podemos encontrar a un niño jugando con un balón de trapo y una camiseta improvisada con el nombre de *Messi* o el de *Lukaku*, el del Inter, a la espalda. Esta

riqueza simbólica es lo que, en última instancia, distingue a este deporte del resto de los juegos, las diversiones y los espectáculos.

Las entidades deportivas han captado el mensaje y han identificado aquel vínculo como una oportunidad -y, a las veces, como una especie de obligación. Pues son conscientes, no tanto de los efectos positivos que pudieran conocerse a partir de la asunción de políticas orientadas en dicho sentido, cuanto **de lo negativo** que sería para la **propia imagen** -en términos del valor **intangible que la reputación** constituye para las organizaciones- una **actitud refractaria** o, incluso, una **implementación errónea** de las aquéllas, máxime, en un sector con tan amplio eco mediático. Por eso, la globalización de los mercados y la búsqueda de nuevos inversores ha obligado a los clubes a enfrentarse a tales retos, hasta el momento desconocidos, influidos también por la creciente presión social para que actúen con la transparencia deseable en todas las acciones que lleven a cabo.

Todo ello ha fomentado el interés de las entidades futbolísticas en el desarrollo de la **Responsabilidad Social**, a fin de ligar su marca a valores sostenibles. Para ello -o, mejor diríamos: desde dicha opción estratégica- se van luego desarrollando grandes líneas de actuación orientadas desde **un propósito bien discernido**, que comportan y, de una parte, requieren el concurso y la sinergia de políticas bien enraizadas en ciertos valores éticos -idiosincráticos, específicos y particulares de cada institución: que aquí no sirve el "corta-y-pegar"-; y de otra, la voluntad firme de contribuir -desde el núcleo esencial de su razón de ser organizativa, que en las empresas mercantiles vendría a representar e propio *modelo de negocio*-, decimos que para avanzar en una gestión socialmente responsable, los clubes de fútbol profesional deben implicarse decididamente en la mejora del entorno social en el que se insertan. Para acabar de perfilar la lista de

compromisos en *pro* de la sostenibilidad, en el marco de esa especie de **Triple Cuenta de Resultados** -*Tripple Bottom Line* (TBL)-: económica, social y medioambiental, habríamos de señalar la necesidad de tomar en cuenta el impacto de la actividad deportiva y de la gestión de los clubes en el entorno ecológico, tratando de minimizar los impactos negativos y gestionando con buen tino la **huella de carbono** -la conocida *footprint*-, tan relevante en situaciones donde, desde la administración de la Unión Europea, de una forma tan explícita, se dice querer apostar por la implementación del **Green Deal**.

En definitiva, pareciera como que, en la era tecnológica en la que vivimos, cada vez fueran a ser más importantes los principios y **valores humanistas**, anclados como están en una creciente **conciencia colectiva**. En tal sentido, los ODS y todo lo que con ellos se puede ver relacionado, podrían ayudar en la **común tarea** de **construir un mundo más justo y una sociedad mejor** para todos, en la que cada quien pudiera encontrar oportunidades y ocasiones para desplegar los talentos y **floreecer como persona**. No otro es el último fin de la vida humana, considerada desde el punto de vista que aporta la Filosofía Moral y la reflexión ética.

Por consiguiente, la adhesión al **Global Compact** tiene una especie de efecto sinérgico. De una parte, se podría configurar como un paso adelante en alguna de las líneas de avance en el proceso, fundamentalmente por la ventaja competitiva que genera en términos reputacionales. Pero, al propio tiempo, se estaría produciendo un deseable **efecto bidireccional**, toda vez que al propio Pacto le interesa que entidades tan *mediáticas* como las deportivas se adhieran y los suscriban, por su capacidad de efecto tractor respecto de otras organizaciones, que, una vez más, verían robustecer su reputación, al ligar su imagen a aquellos valores. Pero,

¡ojo!: no se olvide que la cosmética, **el puro efecto escaparate**, tiene las patas cortas y **no resulta sostenible** a largo plazo.

Por ello, **hay que entrar convencido** y asumirlo como un proceso de **mejora continua** -al modo del *Kaizén* de las empresas japonesas- en busca de la excelencia; donde, a la identificación de **indicadores** adecuados -los famosos KPI, *Key Performance Indicators*, de los consultores- y **objetivos retadores** y estimulantes, se une la **rendición de cuentas** transparente -el *reporting*- y el **diálogo** constructivo con los grupos de interés.

Tanto Real Madrid como Getafe, de acuerdo con sus respectivos Códigos Éticos y su política de Responsabilidad Social, reafirman su compromiso con los principios del Pacto Mundial, alineando todas sus operaciones con el respeto a los mismos y adoptando, al propio tiempo, medidas en apoyo de las metas de los ODS.

Por lo demás, conviene indicar que hay dos niveles de participación en el Pacto Mundial: el denominado **“signatory”** –como es el caso de la Fundación Getafe- y el **“participant”** –caso del club merengue-. La diferencia estriba, básicamente, en el nivel de beneficios al que tienen acceso por la distinta membresía.

Por nuestra parte, tenderíamos a aconsejar que la **adhesión se formalizara como club**, cualquiera que sea la forma jurídica adoptada -y no a través de la Fundación-, ya que eso refuerza la creencia –a nuestro juicio equivocada- respecto a que la Responsabilidad Social apuntaría solamente al ámbito social -o, como mucho, al medioambiental-, dejando fuera de consideración, con gran improcedencia, al puro y esencial *core business* organizativo.

Venimos abogando desde todos los medios a nuestro alcance para que la Responsabilidad Social, entendida como modelo de gestión, se desprenda de aquellos halos; o que, cuando menos, no se la acabe identificando, de manera exclusiva y excluyente, con la **acción social de la empresa** y con las actividades **verdes**.

Como decimos, esta visión de la Responsabilidad Social, no por extendida, resulta menos sesgada. De lo que se trata es de hacerla evolucionar hacia una visión holística, conectada con la triple perspectiva ya indicada más arriba, de lo social, el buen gobierno y la atención al cuidado del entorno medioambiental. Eso que en algunos relatos cursis se ha dado en denominar “el cuidado de la casa común”, pero que, independientemente de que el rótulo nos guste más o menos, apuntan a una realidad por la que merece mucho la pena empeñarse.

En consecuencia, si bien las **Fundaciones de las entidades deportivas**, constituyen importantes instrumentos para el desarrollo de uno de los aspectos más señeros de la RSE -precisamente el conectado con la Acción Social de las Empresas y Organizaciones-, aquéllas debieran ser entendidas como un componente más, como **una pieza en el engranaje de un todo más amplio**, precisamente el de la Responsabilidad Social de la entidad en su conjunto.

De hecho, los propios ODS no se limitan a apelar a consideraciones de tipo social o medioambiental: se refieren igualmente a aspectos propios del gobierno corporativo, que enlazan, sin duda, con prácticas de gestión y opciones de *management*; pero, sobre todo, con el posicionamiento estratégico propio de la agenda de quienes forman parte de los Consejos de Administración, así denominados o bajo cualquiera de las variaciones terminológicas alternativas con que se nombre al máximo órgano de gobierno de la sociedad.

Por lo demás, hay que tener presente que, para que las acciones sociales tengan el **retorno esperado** -ya en términos de rentabilidad, ya en los de buena imagen y reputación-, aquéllas **no debieran llevarse a cabo de manera aislada ni ser flor de un día**. Al contrario, más bien habrían de ser diseñadas y puestas en marcha, con voluntad de permanencia -a plazo medio, cuando menos-; y de acuerdo con planes operativos muy bien pensados, en línea con la idiosincrasia y la cultura organizativa; amoldándose a las situaciones y contextos que la realidad vaya presentando como más susceptibles de ser abordados desde la acción social que la institución quisiera llevar a efecto. Y, naturalmente, todo ello, habría de ser acometido, contando con el parecer de los *stakeholders* relevantes a los que, de alguna manera, habría que implicar en el proceso. La aportación que cabe esperar de parte de los grupos de interés resulta absolutamente imprescindible y muy difícil de sustituir por otra voz o medida alternativa.

En todo caso, tanto el Getafe cuanto el Real Madrid, han interiorizado con acierto el hecho de que la adhesión al Pacto Mundial de la ONU constituye una ocasión de oro para difundir los valores que animan y despliegan su misión como clubes deportivos; al punto que, de otro lado, suponen un compromiso con la propia dimensión socioeconómica y la conexión con sus grupos de interés. Estarían, por un lado, aportando valor a sus grupos de interés; desde una Responsabilidad Social, interpretada no sólo como un medio instrumental para lograr el fin económico -o, como dicen los anglosajones, como ***another tool for business***-, sino, ante todo, como una manera de conectar con el propósito y de enraizarlo en el *telos*, en la finalidad última a la que se quiere apuntar siempre desde la Ética Empresarial.

En suma, estamos ante una buena iniciativa que, esperemos, tenga eco entre el resto del tejido deportivo, no solamente el futbolístico; y que pueda contribuir a **crear -entre todos y desde el convencimiento-, un mundo mejor**: algo que, en los tiempos que corren -¡y con la que está cayendo!-, se revela cada vez más necesario.

Os invitamos, queridos lectores, a comentar éste o cualquier otro aspecto de la Responsabilidad Social, la Ética y la gobernanza del mundo del deporte en nuestra **cuenta de Twitter @tomaydacablog**. Os enviamos un muy afectuoso saludo y quedamos emplazados hasta la próxima entrega.

Editor: IUSPORT

Enero 2021.