

Tirada: 731.034	Negocios EL PAIS	Superficie: 81 cm²	
Difusión: 567.584		Ocupación: 88,92%	
(O.J.D)	Nacional	Semanal	Valor: 31.826,97 €
Audiencia: 1.986.544	General	2 ^a Edición	22/02/2015
(E.G.M)	Ref: 5907141	Página: 9	1 / 1



Maratón celebrado el pasado mes de junio en Madrid. / LUIS SEVILLANO

El deporte inyecta salud a la economía

El sector aporta 24.000 millones de euros a la riqueza nacional y resiste la crisis

SUSANA BLÁZQUEZ

El deporte induce un gran mercado que aporta el 2,4% a la riqueza española y es casi inmune a la crisis. Los éxitos mundiales de las estrellas del fútbol, el tenis o el ciclismo han cambiado el estilo de vida ciudadano. Unos 3,5 millones de españoles tienen licencias federativas deportivas, y casi el 40% de los mayores de 15 años hacen deporte semanal. Este colectivo gasta en gimnasios, compra vestimenta deportiva, participa en competiciones, y paga por ver a sus ídolos. A estos grandes consumidores se suman los turistas atraídos por las competiciones o la práctica deportiva.

El mercado deportivo español se repite en toda Europa, y la Comisión Europea le ha dado carta de naturaleza al crear un comité de expertos para valorar su impacto económico, e integrarlo en la Estrategia 2020. "El deporte puede contribuir de forma significativa al crecimiento económico, a la innovación y a la creación de empleo en Europa", asegura Tibor Navracsis, comisario de Educación, Cultura, Juventud y Deporte de la UE. El deporte es el 1,76% de la riqueza de la UE, y sus efectos multiplicadores son otro 1,22% de la riqueza europea.

En España, "aporta unos 24.000 millones de euros a la riqueza nacional, no ha caído en la crisis. Es estable desde 2008 gracias al constante crecimiento de los clubes de fútbol, de los gimna-

sios, del turismo deportivo o de la formación de sus profesionales", explica Pablo Burillo, director de Economía y Gestión Deportiva de la Universidad Camilo José Cela. En el curso 2013-2014, por ejemplo, se matricularon en estudios relacionados con el deporte un 12,3% más estudiantes (unos 8.000) que en el curso anterior. El anuario de Estadísticas Deportivas Nacionales del Ministerio de Educación, Cultura y De-

El grupo líder de textil y de calzado es Joma, que factura 100 millones

La venta de 'apps' deportivas se ha multiplicado por tres desde 2013

porte (MECD) registra 19.444 empresas deportivas: el 99% son firmas de actividades y servicios, y apenas el 1% son fabricantes de material. Es una mala fotografía que no recoge la actividad de miles de empresas que se nutren del deporte, como los fabricantes de bebidas energéticas, los hoteles de las estaciones de esquí o la publicidad. Por ejemplo, abrir un estadio para un partido de fútbol de primera división ronda los

500.000 euros porque incluye suministros como la seguridad o la energía.

La actividad deportiva profesional y la aficionada (gimnasios y competiciones) son la base del mercado. "La actividad profesional sustenta el espectáculo, con grandes partidas económicas como los derechos deportivos de televisión [800 millones de euros por el fútbol del último trienio] o los patrocinios. Los amateurs son los grandes consumidores", explica Xavi Esteve, gerente de Indecat, el cluster de la industria del deporte de Cataluña.

Los últimos datos del INE arrojan que las actividades y servicios deportivos superan los 6.500 millones de euros de facturación, incluye los clubes deportivos profesionales. Los fabricantes deportivos facturaron 410 millones de euros, y 200 millones proceden de las bicicletas. Los restantes 17.090 millones proceden de fabricantes no recogidos en la estadística oficial como deportivos (motocicletas de baja cilindrada, equipamiento de instalaciones deportivas, y náutica y armas deportivas), y el resto están inducidos por la actividad deportiva, un gigantesco nicho de mercado transversal a muchos sectores económicos como el turismo o la alimentación.

Cataluña, la región española con mayor concentración de empresas deportivas, tiene "700 firmas privadas que facturan 4.000 millones de euros por la venta de servicios y equipamiento deportivo. Tener un mercado nacional tan fuerte permite a las empresas ser punteras, y exportar. Grandes exportadores son Fluidra (piscinas para polideportivos), Salter (máquinas de fitness), Gas Gas (motos de montaña), y Buff (prendas deportivas)", cuenta Xavi Esteve.

Los fabricantes han capeado con éxito los últimos siete años, salvo excepciones como Kelme, y ya son grandes exportadores. El gigante textil y de calzado deportivo es Joma, que facturó unos 100 millones de euros en 2014 y ex-

Datos clave

- **El mercado deportivo** aporta el 2,4% de la riqueza nacional española.
- **Las exportaciones** de material deportivo fueron de 1.115 millones entre enero y noviembre de 2014. Cubren el 60% de las importaciones.
- **Las tiendas deportivas** cerraron 2014 con 3.900 millones de euros en ventas, según DBK. Decathlon vende un tercio.
- **El turismo** deportivo en actividades de aventura en España facturó 10.134 millones en 2012, de los que 9.600 millones los aportaron los turistas extranjeros.
- **Los gimnasios** facturaron 770 millones de euros. Hay 50 cadenas *low-cost* de las que 48 son recientes.
- **Bicicletas:** En 2013 se vendieron más de un millón de bicicletas, que dieron empleo directo a 15.000 personas.
- **El Real Madrid** lidera hace 10 años la lista de los 20 clubes más ricos del mundo, según Deloitte.
- **Clubes estrella:** España es la tercera potencia mundial por ingresos de sus clubes estrella: Real Madrid, Barcelona y Atlético de Madrid ingresan unos 1.200 millones de euros al año.

porta el 60% de lo que produce a más de 100 países. Le siguen, y muy de lejos, Luanvi (Valencia) y Astore/Ternua (País Vasco). Entre los fabricantes de bicicletas destaca Orbea, factura 65 millones de euros por hacer 250.000 bicicletas en 2014, y exportó un tercio a 65 mercados. El otro gran fabricante es BH, que también hace equipos de *fitness*.

El deporte no solo crece de forma orgánica, crea nuevos nego-

cios. Los amantes de la naturaleza impulsaron un deporte de aventura hace 20 años, hoy denominado turismo activo. "Somos 4.000 empresas con 16.000 trabajadores. Movemos más de 500 millones de euros, y hemos crecido por encima del 10% en los dos últimos años", cuenta José Carlos de Santiago, vicepresidente de Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo. El barranquismo, el piragüismo y el rafting son el 40% del nuevo mercado.

Las aplicaciones (*apps*) para móviles y los *wearables* (complementos de vestir conectados) de monitorización deportiva son un nuevo nicho de mercado que "crece de forma fuerte porque cada vez hay más gente que hace deporte. Las pulseras de monitorización han sido uno de los regalos estrella en Navidad", explica Enrique Dans, profesor de Sistemas de Información del IE Business School. "La facturación mundial de las *apps* deportivas y de estilo de vida superarán los 31 millones de euros en 2016, tras multiplicarse por tres desde 2013", añade Pablo Burillo.

La aportación de las estrellas deportivas a la marca país es un valor intangible. "El deporte y el entretenimiento son la cuarta categoría que aporta valor a la marca España. Los turistas asociados al deporte crecen de forma exponencial, y eso genera una compra posterior de productos españoles", explica Gonzalo Brujo, director para América Latina e Iberia de Interbrand. Los turistas rusos son los grandes visitantes del museo del Fútbol Club Barcelona, y los chinos del museo del Real Madrid.

No todo es oropel. La inversión en patrocinios decrece desde 2008 y fue de 315 millones de euros en 2013, según Infoadex. "Se buscan nuevas fuentes de ingresos en el exterior. Un inversor chino ha inyectado capital al Atlético de Madrid, los grandes clubes tienen patrocinadores extranjeros, y la Liga de Fútbol Profesional quiere crecer en Asia", añade Pablo Burillo. ■