

Si el premio al quince es la aspiración de todo quineísta deportivo (malos tiempos, por cierto, para la más lírica de las apuestas futbolísticas), aspirar a 15 malditos euros por persona se revela como objetivo inmediato a conseguir por los detallistas españoles de nuestro sector. Y es que, según los datos oficiales, ni tan siquiera 14 euros gastan los españolitos en artículos para la práctica deportiva...

El último informe publicado por el ministerio que dirige el controvertido **José Ignacio Wert** (esa cartera que tiene el deporte en la coletilla de su denominación) atribuye un gasto en deporte por persona de 96 euros. Sin embargo, el destino del 77,5% de esa inversión se dirige hacia los servicios recreativos y deportivos. Es decir, que las personas que realizan ejercicio en realidad orientan su gasto hacia los centros deportivos o bien hacia, como especifica el departamento que ha elaborado el anuario, "estadios deportivos, circuitos de carreras, hipódromos, campos de golf, piscinas, canchas de tenis, squash, gimnasios, boleras, parques de atracciones, ferias, parques para niños, visitas guiadas, servicios de montañeros, guías, etc". Es decir, que en nuestro sector incluyen hasta los caballitos o el tren de la bruja. A todos esos destinos van a parar 74,5 euros por persona y año, mientras que otros 8 euros (un 8,3% del gasto total en deporte de los ciudadanos de otro país) están relacionados con la adquisición de material de convergencia como caravanas, mesas de tenis, canoas o tablas de wind-surf.

En definitiva, que apenas un 17% de esos 96 euros anuales por individuo se corresponde con la adquisición, y reparación, de calzado, textil y accesorios para el sano ejercicio físico. A ello hay que añadir que estos datos, correspondientes a 2011 (ya saben que en palacio las cosas van despacio), revelan que el crecimiento registrado en el último año tiene que ver con un aumento del gasto en servicios recreativos y deportivos en detrimento del retroceso en compra de grandes equipos (la inversión en material menor se mantuvo en los 13,6 euros por persona).

Más preocupantes son todavía los datos si se compara el volumen total de gasto vinculado al deporte. Entre 2006 y 2008 este capítulo había experimentado un alza de casi el 20%. En tres años, el volumen ha retrocedido a niveles de 2007, si bien entonces el gasto por persona era casi 3 euros superior (calderilla que probablemente manaba hacia unos gimnasios más poblados). Quien quiera optar por una visión positiva puede agarrarse al hecho que, tras la caída registrada en 2009, el total del gasto ha recuperado la senda del crecimiento.

Vayamos a otro capítulo del Anuario de Estadísticas Deportivas. Es el que hace referencia a la fabricación de artículos de deporte. Si en 2008 había en España 197 compañías englobadas en este sector, en los sucesivos años la cifra ha ido descendiendo, hasta las 175 de 2012. Contrariamente, las empresas orientadas a la actividad deportiva ha ido ascendiendo, desde menos de 15.000 hasta superar las 18.000. Mientras éstas representan un 0,6% en el total de compañías de todo el país, las compañías que se dedican a fabricar artículos de deporte suponen un 0,0% (así de crudo; no existe lugar para centesimales).

La estructura de la industria deportiva en nuestro país, pues, adelgaza. Y eso a pesar de la proliferación de productos de pádel, que aparecen debajo de cualquier moqueta. Bienvenida sea la nueva comisión de fabricantes de pádel impulsada por Atydad. Es una disciplina que conviene cuidar, tanto para garantizar la profesionalidad de los distintos operadores que intervienen en el mismo como para conseguir la anhelada expansión internacional. Una expansión que podría representar un buen espaldarazo a la industria deportiva de nuestro país. Una industria que, por favor señor ministro, nada tiene que ver ni con tiovivos ni con ollas cachondas. ©

La programación del profesional

Convenciones:

ERSPORT

Campaña de textil, calzado y complementos primavera/verano 2015 y Nike Spring.
 Fechas: Del 13 al 17 de julio.
 Lugar: Rubí (Barcelona).

ÓSFERA SPORT

Campaña de textil, calzado y complementos primavera/verano 2015.
 Fechas: Del 24 al 26 de julio.
 Lugar: Silla (Valencia).

E-DETALLSPORT

Campaña de textil, calzado y complementos primavera/verano 2015.
 Fechas: Del 27 al 29 de julio.
 Lugar: Cornellá de Llobregat (Barcelona).

ERSPORT

Campaña de material de outdoor, deportes de raqueta, natación, fitness, deportes de equipo, inline y Nike Summer.
 Fechas: Del 22 al 25 de septiembre.
 Lugar: Rubí (Barcelona).

» Cursos:

DIRECCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES (CURSO DE ESPECIALIZACIÓN)

Fechas: De septiembre a noviembre.
 Dos sesiones semanales.
 Horario: De 9:30 a 14:30 horas.
 Lugar: Sede de Escodi en Terrassa (Barcelona).
 Precio: (formación suvencionable).
 Más información e inscripciones:
 Tel. 93 783 97 45.
 escodi@escodi.com
 www.escodi.com

PLAN DE COMUNICACIÓN EN EMPRESAS DEL SECTOR DEPORTE Y OCIO

Fechas: Curso e-learning.
 Próxima convocatoria abierta.
 Precio: 495 € (100% subvencionable).
 Más información e inscripciones:
 Global Human Capital Group.
 Tel. 93 487 76 26
 Tel. 91 431 44 41
 www.ghcg.es.

» Ferias:

NATURIVA THE SUMMER FESTIVAL

Fechas: Del 9 al 11 de mayo.
 Lugar: Madrid.

SPORTS UNLIMITED

Fechas: Del 20 al 22 de mayo.
 Lugar: Sant Cugat del Vallès (Barcelona).

BREAD&BUTTER

Fechas: Del 2 al 4 de julio.
 Lugar: Berlín.

OUTDOOR

Fechas: Del 10 al 13 de julio.
 Lugar: Friedrichshafen (Alemania).

EUROBIKE

Fechas: Del 27 al 30 de agosto.
 Lugar: Friedrichshafen (Alemania).

MOMAD-METRÓPOLIS

Fechas: Del 5 al 7 de septiembre.
 Lugar: Madrid.

SALÓN INTERNACIONAL

DEL CARAVANING
 Fechas: Del 4 al 12 de octubre.
 Lugar: Barcelona.

SALÓN NÁUTICO INTERNACIONAL DE BARCELONA

Fechas: Del 15 al 19 de octubre.
 Lugar: Barcelona.

> DIRECTOR GENERAL DE LA TIERRA

Una guía disruptiva sobre cómo desarrollar la mejor marca

Desde las Antipodas nos llega este original libro, editado por Ediciones Urano, escrito en formato de novela de ciencia ficción. El gurú australiano **Simon Hammond** recurre a la historia de un joven estudiante de Administración de Empresas que se sufraga el Máster ejerciendo de payaso en las fiestas infantiles de una archiconocida multinacional de la restauración. Cuando unos extraterrestres llegan a nuestro planeta, creen que el personaje en cuestión es el líder mundial. De ahí que decidan encomendarle la misión de promocionar la Tierra para atraer a seres intergalácticos en viaje turístico. Una singular manera de adoptar una perspectiva exterior para analizar cómo promover las marcas de manera efectiva, destacando y diferenciándose del resto. Y, por supuesto, una opción de aprender que no está para nada reñida con la amabilidad.

