



Universidad de Valladolid

GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

**El impacto del deporte en la economía
española**

FRANCISCO JAVIER DÍAZ DE FIGUEROA RENEDO

**FACULTAD DE COMERCIO
VALLADOLID, 25 de junio del 2019**

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

EL IMPACTO DEL DEPORTE EN LA **ENCOMÍA ESPAÑOLA**

**Trabajo presentado por: Francisco Javier Díaz
de Figueroa Renedo**

Firma:

Tutor: Luis César Herrero Prieto

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, 25 de junio del 2019.

Índice

Introducción	5
Capítulo 1: Nociones previas del deporte	7
1.1. Evolución histórica del deporte y sus eventos más importantes	9
1.2. El deporte en la actualidad	11
Capítulo 2: Estructura del sector deportivo	15
Capítulo 3: Impacto del deporte sobre la economía: cuatro perspectivas	17
3.1. Empleo vinculado al deporte	17
3.1.1. Definición	17
3.1.2. Deporte competitivo	19
3.1.3. Salarios	21
1. Ocupaciones deportivas	21
2. Actividades deportivas	23
3.1.4. Análisis: tipificación del empleo	25
1. Empleo del deporte vinculado al nivel de estudios	25
2. Tipos de contratos deportivos	27
3.2. Actividad empresarial	31
3.2.1. Definición	31
3.2.2. Organigrama de Empresa hasta Cliente	33
3.2.3. Análisis: tipificación del sector empresarial	34
1. Empresas vinculadas al deporte	34
2. Fabricación de artículos de deporte	36
3. Empresas vinculadas al deporte por comunidad autónoma en el 2017	36
3.2.3. Empresas más relevantes en España	38
1. Según fabricación de artículos de deporte	38
2. Según gestión de instalaciones deportivas	38
3. Otras actividades deportivas	38
3.2.4. Marcas y medios de comunicación internacionales	39
3.3. Gasto Privado	41
3.3.1. Definición	41
3.3.2. Teorías e hipótesis de la demanda de los deportes profesionales	42
3.3.3. Análisis: tipificación del gasto en los hogares	44
1. Gasto por sexo en el deporte	44
2. Gasto medio por persona vinculado al deporte	46

3.	Gasto medio vinculado al deporte, por tamaño del municipio _____	47
4.	Gasto medio vinculado al deporte, por edad _____	48
5.	Gasto medio en el deporte según la situación laboral del individuo _____	49
3.4.	Gasto Público _____	50
3.4.1.	Definición	50
3.4.2.	Análisis: tipificación del gasto público	52
1.	Gasto liquidado por comunidades autónomas _____	52
2.	Gasto liquidado en el deporte por la administración de Castilla y León ____	54
3.	Gasto liquidado en el deporte por el estado según la naturaleza del gasto _	55
3.4.3	Eventos deportivos más relevantes en España	58
Capítulo 4:	<i>Temas especiales de gran relevancia en el deporte</i> _____	61
4.1.	Eventos deportivos internacionales _____	61
4.2.	Juegos Olímpicos _____	63
Conclusión	_____	67
Bibliografía	_____	69

Introducción

Se podría definir como toda actividad física, normalmente competitiva, realizada por una o un conjunto de personas que, siguiendo una serie de normas y reglas, puede mejorar la condición física de los individuos que la practican.

Con el paso de los años, el deporte ha evolucionado hasta constituir una arraigada manifestación de entretenimiento destinada a la satisfacción del individuo y una tendencia creciente de la actividad ocupacional. El cambio de mentalidad en la sociedad, gracias en parte a la culturización deportiva que se imparte actualmente en el ámbito estudiantil a los más jóvenes, ha sensibilizado a la población mostrando los efectos positivos de una práctica habitual de la actividad física.

Los medios e instrumentos utilizados, también han sido partícipes del avance tecnológico que califica este periodo como *Era de la Información*. Esta intensa implicación por la digitalización ha facilitado la expansión de una comunicación eficaz. Es por ello, que cada vez es más sencillo el proceso de comunicación masivo. Así, la población es, en mayor grado, consciente de los beneficios ligados a la práctica deportiva y de los posibles inconvenientes ocasionados inactividad física. Por ende, los eventos deportivos han logrado una mayor relevancia transformando la percepción sobre el deporte mediante los medios de comunicación, cuyos fanáticos no solo se agrupan en practicantes activos, captando la atención e interés a los espectadores responsables del consumo de todo tipo de acontecimientos deportivos. De esta forma, cada vez cobra mayor importancia en la sociedad, incidiendo con una mayor intensidad en la economía española.

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es, por tanto, analizar y evaluar el comportamiento de toda actividad deportiva que repercute en el capital del territorio, a través de organismos como el Instituto Nacional de Estadística y de investigaciones propias en base a pautas de economistas relevantes. El estudio se llevará a cabo en las dimensiones que mejor representen la repercusión del deporte incidiendo en la economía del país. Evaluarlo constituye una ardua tarea, tanto por la imprecisión otorgada en el marco conceptual, como por el exceso de los flujos reales y financieros disponibles. Así, es de vital importancia en esta investigación, acotar los sectores para su posterior estudio, así como los

instrumentos partícipes en la cuantificación de dicho impacto. Se parte, entonces, de dos tipos de análisis; el macroeconómico, dando un enfoque global de la importancia del deporte en la economía del territorio; y microeconómico, basado en un exhaustivo análisis de tres grandes pilares: el empleo, las empresas y el gasto. Al haber incrementado exponencialmente el mercado del deporte, son cada vez más las empresas que se hacen hueco en la fabricación y producción de bienes y servicios vinculados. Por tanto, tendrá lugar un aumento del número de puestos laborales, dando trabajo a multitud de personas y mejorando, en cierta medida, la tasa de desempleo. El proceso creado es similar al del efecto dominó, ya que, en consecuencia, estas dos divisiones mencionadas arrastran al gasto involucrado en la actividad física. El gasto por parte del estado, que ayuda al desarrollo de la implantación de la cultura deportiva y a la realización de eventos deportivos, y el gasto privado que agrupa principalmente el consumo de los hogares en cualquier producto relacionado.

Debido a estas premisas, el Trabajo de Fin de Grado se estructurará en 4 capítulos: en el primero, se tratará de adentrar al lector en el ámbito deportivo, aportándole los conocimientos básicos del deporte para facilitar el correcto análisis del documento. En él se comprenden los beneficios consecuentes de una práctica deportiva diaria, la historia del desarrollo de la actividad deportiva desde las civilizaciones prehelénicas y la evolución que ha sufrido en pleno siglo XXI. En segundo lugar, se encuentra un diagrama que explica la relación del deporte con el entorno, englobando los cuatro pilares básicos de la actividad física sobre los que se cimienta el trabajo: empleo, actividad empresarial, gasto privado y gasto público. En el capítulo 3, se desarrollarán en profundidad cada uno de los sectores, sobre los que se establecerán los siguientes puntos para determinar una estructura más intuitiva: definición, en el que se aportarán una información general de la sección; y un exhaustivo análisis tipificado que determinará una serie de datos más concretos. Por último, el capítulo 4 tratará temas especiales vinculados a la economía española, exponiendo los eventos internacionales más relevantes que ofrecen una repercusión mundial.

Capítulo 1: Nociones previas del deporte

El deporte se considera una actividad con incidencia de manera notoria en la sociedad por su repercusión económica y no económica. En el primero de los casos, el impacto se verá determinado por macromagnitudes como el nivel de empleo, Producto Nacional Bruto (PNB), Producto Interior Bruto o renta per cápita. En cambio, la variable no económica está relacionada con efectos producidos al entorno microeconómico, los cuales se basan en el análisis económico de agentes individuales de un mismo territorio, en este caso España. Asimismo, no se basa únicamente en hallar impactos que inciden de forma directa, también tiene una gran repercusión sobre los efectos ligados a la salud individual y el rendimiento académico, jugando un papel clave en la formación del capital social. Dichos beneficios son tan determinantes, no por el impacto que causan de modo directo, si no por su importancia relacionada al mercado laboral.

En cuanto a la mejora física que otorgada, la práctica habitual puede producir consecuencias realmente positivas para el cuerpo humano. Para el correcto análisis y entendimiento de los beneficios físicos, se han seccionado en dos campos principales:

Tabla 1: Beneficios del deporte en el corazón y metabolismo

Corazón	Metabolismo
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Disminución de la frecuencia cardíaca en reposo. ❖ Reducción de la presión arterial. ❖ Mejora del funcionamiento del sistema venoso. ❖ Previene la aparición de infartos por la disminución de coágulos dentro de las arterias. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Aumento de la capacidad de aprovechamiento del oxígeno. ❖ Menor exigencia de trabajo del músculo. ❖ Disminuye el colesterol LDL y produce un aumento del colesterol HDL. ❖ Mejora de la respuesta inmunológica ante infecciones.

Fuente: Sociedad Española de Nutrición Comunitaria

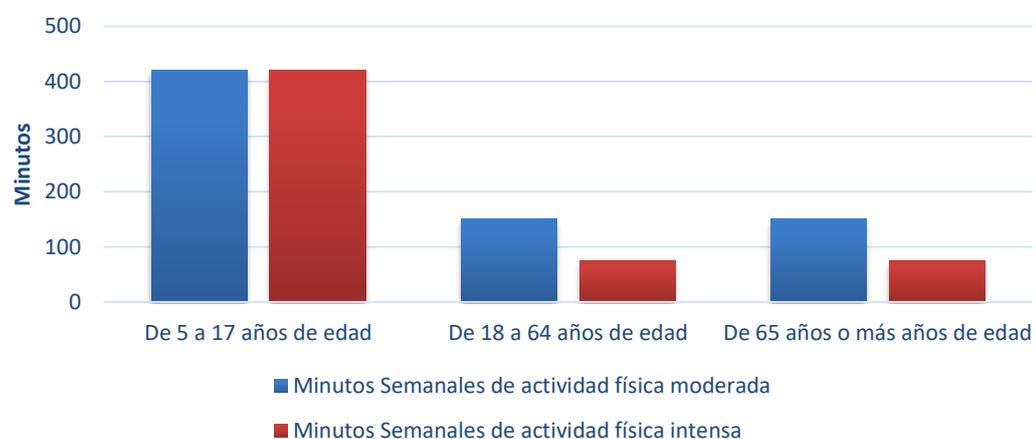
A pesar de que la sociedad actual cada vez está más concienciada de la importancia de llevar a cabo una actividad deportiva de manera regular, existe una creencia generalizada y errónea sobre las ventajas que nos aporta. Apenas unos años atrás, era algo usual pensar en el deporte como aquel ejercicio asociado a la mejora de la salud física, pero nada más lejos de la realidad. Se ha demostrado que también puede influir de forma notoria sobre el correcto desarrollo de la salud mental y psicológica.

En relación con los efectos de una vida saludable, se determina que *“cada uno tenemos una predisposición a padecer ciertas enfermedades, si bien la dieta y el ejercicio permiten atenuar esta tendencia e, incluso, impedir su aparición”* (Gerardo Rodríguez, 2017, Conferencia ‘Somos lo que comemos y cómo nos movemos: ejercicio, alimentación, bases de una vida saludable’).

La sociedad del siglo XXI se desenvuelve en un estilo de vida que, debido a alto estrés al que se encuentra sometida la población de un territorio industrializado, ha generado desequilibrios psicológicos que afectan en la manera de desenvolverse en su día a día. Una práctica correcta del ejercicio contribuye a una percepción de un bienestar generalizado. Esto se produce a través de un proceso fisiológico en el que el cuerpo genera una sustancia denominada endorfina, que es la causante de provocar una sensación de felicidad y tranquilidad. Además, es recomendable que se practique para aquellas personas que sufran de trastornos mentales, así como depresión y ansiedad, ya que les ayuda a evadirse de sus problemas e involucrarse en una vida activa y social.

Para beneficiarse de todos estos aspectos, ¿cuánta actividad física se tendrá que realizar?

Tiempo de dedicación al deporte por edades



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de PLOS Medicine

Según un estudio publicado en el año 2012 por la revista médica PLOS Medicine y llevado a cabo por los integrantes de un equipo de investigadores del Instituto Nacional del Cáncer en Estados Unidos, practicar ejercicio físico regularmente puede aumentar la esperanza de vida en 4,5 años. En el artículo del periódico la Vanguardia en el que se plasma dicha información, se hace gran hincapié en demostrar que un individuo puede beneficiarse de estos aspectos con ejercicios aeróbicos de una duración de 2.5 horas semanales a una intensidad moderada.

Con respecto a los beneficios de una práctica física diaria, se concluye que *“La gente que hace 30 minutos al día de ejercicio tiene una protección frente a las enfermedades no transmisibles de un 30%”* (José Antonio Casajús, 2017, Conferencia ‘Somos lo que comemos y cómo nos movemos: ejercicio, alimentación, bases de una vida saludable’).

1.1. Evolución histórica del deporte y sus eventos más importantes

En el ámbito económico, el deporte ha logrado tener una gran repercusión económica desde tiempos remotos, sufriendo grandes cambios a lo largo de la historia vinculados principalmente a tres dimensiones: la sociedad, la cultura y la religión.

Se han encontrado antecedentes desde las grandes civilizaciones prehelénicas (IV milenio a.C hasta s.VII a.C), más concretamente en Mesopotamia. Aunque en aquella época estas manifestaciones físicas que atendían a sus necesidades y objetivos, no eran consideradas actividades deportivas, se podrían interpretar desde esta perspectiva en la sociedad actual.

En vista de los exhaustivos análisis de la historia deportiva, se determina que *“los restos escritos y arqueológicos aportan escasos indicios sobre la naturaleza de los juegos y competiciones de esta influyente sociedad que floreció y prosperó ininterrumpidamente durante casi mil años. El deporte oficial tenía una finalidad militar o paramilitar exclusivamente.”* (Mandell, 1996)

En la civilización cretense desarrollada en las islas de Creta, al sur de Grecia, se han encontrado actividades estrechamente vinculadas con valores

físicos asociados a una cultura en consonancia con rasgos pacíficos y armonizados. Así, se daba lugar a seguir unas líneas de desarrollo contrarias a la agresividad y la violencia como las producidas en el Imperio Romano. Las actividades disputadas en las fiestas, halladas dentro del círculo recreativo-religioso, implicaban mayoritariamente destrezas asociadas a la agilidad y a la acrobacia. La mayoría de estas se enfocaban en juegos taurinos consistentes en saltar al animal, derribarle a través de su cornamenta o dejándose caer sobre su lomo sin llegar a dañarlo.

Se tiene constancia de que en la Antigua Grecia se llegaron a organizar competiciones atléticas datadas desde año 776 a.C. hasta el 393 d.C. Dichos juegos, también denominados Antiguos Juegos Olímpicos, eran realizados cada 4 años. Deben su nombre a la villa griega de Olimpia, donde se ubicaba el santuario más importante del dios Zeus, encontrándose en el punto medio entre la colina Cronos y el monte Olimpo. Durante el periodo en el que se llevaba a cabo, se promulgaba por parte del Estado un armisticio, traducido en una tregua sagrada, la cual permitía a los atletas viajar con mayor seguridad hasta Olimpia desde sus respectivas polis. Las pruebas son, en muchos casos, similares a las que se practican en los actuales Juegos Olímpicos, pero con notables variaciones. Las más destacables serían las siguientes: carreras de velocidad, salto de longitud, lanzamiento de disco, lanzamiento de jabalina y lucha. En cuanto a la organización, se creó el Consejo Olímpico o Boulé de Olimpia, cuya función se basaba en la administración económica y en la coordinación técnica de los juegos. A su vez, se construyó el Bouleuterión de Olimpia, un edificio desarrollado como sala de reuniones en el que, el Senado eleo presentaba a debate las diferentes denuncias exhibidas por los jueces o las irregularidades acaecidas durante el evento. Por otra parte, con 10 meses de antelación era efectuada la selección de los jueces olímpicos, apodados los Hellanólicas. Esta figura era la encargada de seleccionar a los mejores participantes, supervisar y dirigir las pruebas y comprobar las instalaciones. Por último, se consideró oportuno instaurar a los altos sacerdotes, nombrados como theócolos, debido a los estrechos lazos que mantenía con las prácticas litúrgicas.

A pesar de no haber sido constatado, se cree que se implantaron un conjunto de normas que regularizaban el acontecimiento y sancionaban a los participantes con multas económicas sin llegar a ser reclusos en ningún caso. Un aspecto a tener en cuenta, es que los hombres partícipes debían de ser griegos y libres.

A mediados del s.II a.C, tras la conquista de la Grecia dominada por Filipo V de Macedonia por parte del emperador romano Alejandro Magno, la naturaleza de los juegos entro en decadencia. El incumplimiento normas invitaban a la formación de desigualdades entre los competidores, llegando incluso a los altos cargos a imponerse como ganadores sin ser merecedores de ello.

No fue hasta la aparición del historiador y pedagogo Pierre Fredy de Coubertin, cuando se retomó la idea de otorgar la continuidad de los Juegos Olímpicos. Este individuo, después de su estancia en la escuela militar de Saint-Cyr, quiso especializarse en estudios sobre el deporte vinculado a la perfección espiritual. Su ideología fue expandiéndose de forma masiva por el país francés llegando a fundar su propia revista: Revue Athletique. Poco después, fue enviado por el máximo responsable del Ministerio de Educación a Estados Unidos para optimar su investigación. Su sueño de poder renacer los Juegos Olímpicos llegó escasos años después, más concretamente en 1894, cuando fue aprobado el proyecto por el Congreso Internacional de Educación Física celebrado en París. 12 años más tarde, el rey Jorge de Grecia pronunció las siguientes palabras: “Declaro abierto las Primeros Juegos Olímpicos Internacionales de Atenas.”

Con esta transición que ha sufrido el deporte a lo largo de la historia, se pueden apreciar los cambios producidos dependiendo de la situación del territorio y las necesidades que experimentan sus habitantes. Desde aquellas culturas que buscaban la armonía y el equilibrio en un cuerpo atleta, hasta aquellos que requerían de toscos y bruscos físicos con el que enfrentarse a otros guerreros violentamente, pasando por fiestas en el que se agrupaban un conjunto de participantes para demostrar sus habilidades deportivas.

1.2. El deporte en la actualidad

El deporte es, por tanto, unos de los mayores fenómenos acaecidos en los últimos 100 años. Los expertos en sociología han tratado de explicar la manera en la que un comportamiento primitivo ha alcanzado la capacidad de un relevante suceso sociocultural e histórico. En la actualidad, es un fenómeno complejo que atrae una gran cantidad de masas de personas y se encuentra muy presente en el día a día gracias, entre otras cosas, a la expansión que ha experimentado a través de la publicidad y medios de comunicación. Ha logrado tanta determinación que las autoridades políticas han tenido que crear una serie de leyes, algunas

mencionadas en la Constitución, para todas sus vertientes y reglamentando áreas como la económica, social, educativa o política., con el objetivo de aumentar su participación y de favorecer la realización del mismo. De hecho, a finales del siglo XIX se introdujo en las escuelas la Educación Física como asignatura obligatoria debido a su creciente popularidad en aquel entonces. En 1886, gracias al Decano de la Facultad de Medicina de la Universidad de Chile, se logró cumplir su propuesta de implantar dicha materia en los centros educativos del territorio, convirtiéndose en uno de los pioneros en conseguirlo. Los requisitos que se establecieron fueron:

- Práctica a partir de la edad de los 12 años.
- Obligatorio que se realizara en todas las escuelas públicas.
- Desarrollo de la signatura en un mínimo de 4 veces por semana.

España no contó con el mismo éxito en sus intentos por convertir la Educación Física en una disciplina escolar. Leyes como la de Moyano de Instrucción pública (1857) o la de Instrucción Primaria (1868), no acabaron por conseguir su propósito. En 1883 se crea la Escuela Central de Profesores y Profesoras de Gimnástica, pero 9 años después debe cerrar por la falta de presupuesto con la que contaba la ciudad de Madrid. No es hasta 1894 cuando se establece la denominada Gimnasia Higiénica, buscando (cito textualmente): “propiciar un desarrollo armónico entre las actividades filias morales e intelectuales del individuo en su desarrollo educativo.” En 1899 se confirma su definitiva puesta en marcha con la autorización de los licenciados en Medicina y Ciencia para poder impartir las pertinentes clases.

La importancia de que la actividad deportiva se lograra introducir en las escuelas, va más allá de una simple formación física y mejora de la estabilidad psicológica. Los profesores tienen la capacidad de que sus alumnos más pequeños puedan aprender valores y actitudes básicas que influirán en su desarrollo como persona. La cooperación, la responsabilidad, la superación, la tolerancia y el compañerismo son algunas de las muchas cualidades que los niños deben de tener presentes a lo largo de su vida y que, a su vez, el deporte ayuda a inculcar. Además, les conciencia de que es esencial llevar hábitos saludables y alejarse de los vicios insanos como el abuso de la tecnología ligado al sedentarismo y las drogas. De esta manera, muchos de los niños crecen con estos valores inculcados y con el deporte presente en su rutina diaria, convirtiéndolo en un hobby antes que en una obligación para mantenerse en cuerpo y mente sano.

En vista de la importancia de inculcar la cultura deportiva desde una edad temprana, se señala que:

El proceso de socialización deportiva se inicia en la infancia. Los niños y niñas se introducen en el campo deportivo, que transmite mensajes como la competición, la búsqueda de progreso y la superación personal, pero también el ensalzamiento del éxito y la segregación, la meritocracia, la ambición desmesurada por el triunfo, la rivalidad y el enfrentamiento emocional o la visión del deporte como un campo donde lo masculino tiene más valor” (Águila Soto, 2009, p. 8)

Por ello es una herramienta tan necesaria para establecer el deporte en su rutina y practicarlo como ocio más que como una obligación. Según un estudio de Ldecast (2017) el 52% de la población española asegura que practican ejercicio físico un mínimo de 2 veces por semana. Sin embargo, a pesar de que se encuentre dentro de la media global, existen países con una tasa de inactividad muy lejos del alcance de los españoles, tales como China y Uganda, siendo este último el que mayor inactividad posee con un 5,5% de toda su población.

La implicación y el cada vez mayor conocimiento de sus practicantes por el sector provocado una gran repercusión a nivel mundial. Debido a esta especialización y en gran medida, al aumento de la incidencia de los medios de comunicación y un mayor tiempo de entretenimiento, surge el deporte profesional. Como cualquier otra ocupación regida por la legislación laboral, solo podrán optar a él las personas mayores de 18 años o en su caso, de 16 pero con el debido permiso de su tutor legal.

Adicionalmente, muchos de los deportistas más ambiciosos, persistentes y con afán de superación, se esfuerzan por llegar a la élite del deporte. La inmensa preparación de los atletas por destacar y llegar a la cumbre ha implicado que se quieran medir con rivales especializados en una rama deportiva en concreto. Teniendo en cuenta la gran competitividad que avivan estos encuentros, los eventos son cada vez más demandados y apreciados por la sociedad. Actualmente, se ha logrado reunir alrededor de 15.000 atletas en un mismo evento; más de 500.000 personas se han desplazado para poder visualizar las actividades realizadas en el mismo espectáculo en primera persona, sin tener en cuenta a todo el público local ni a los telespectadores que decidieron no perderse

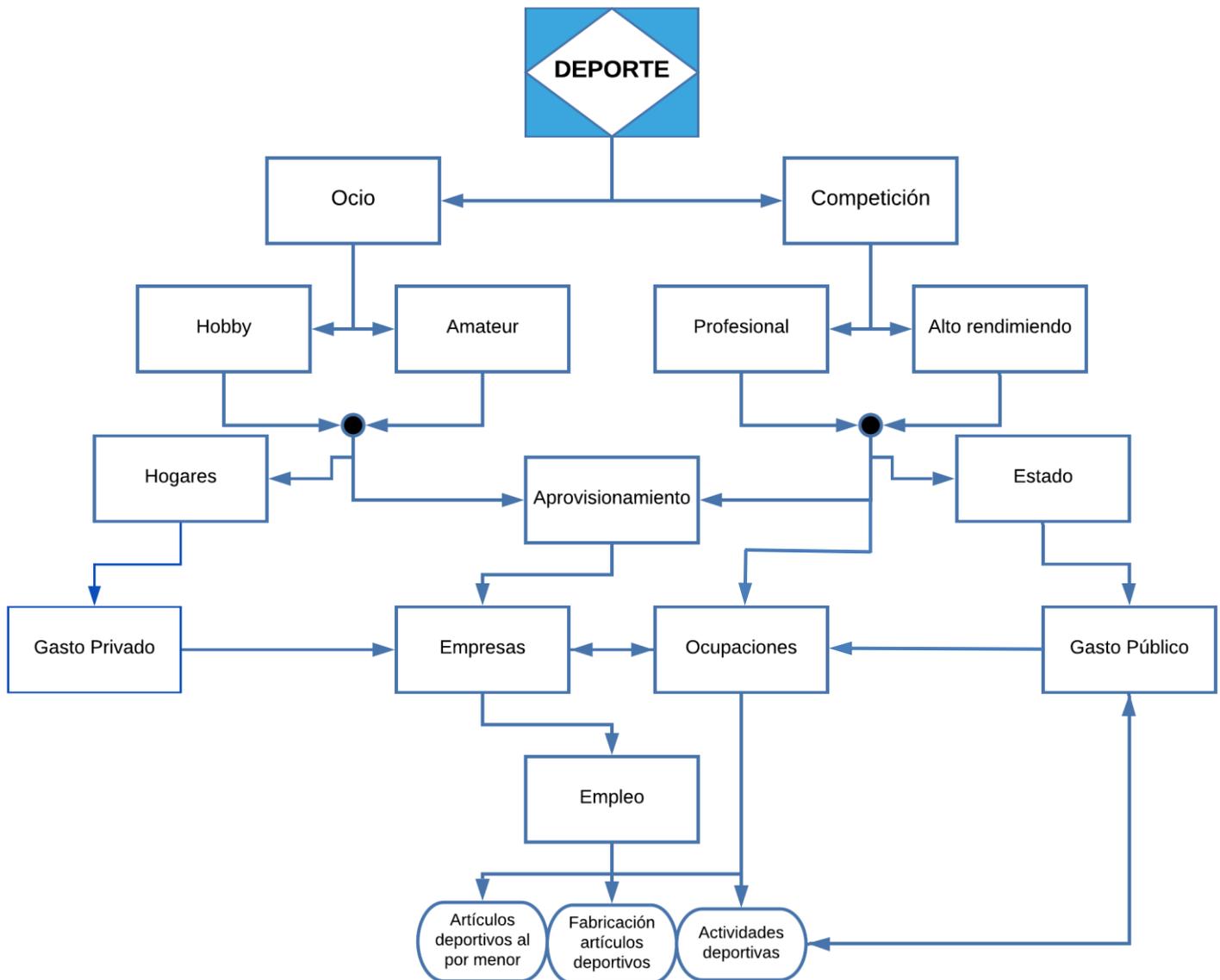
el acontecimiento a través de su televisión o vía online mediante el uso de las redes; y se ha contado con presupuestos desorbitados, rozando los 9 mil millones de euros para que se pudiera producir el encuentro.

Estos datos se traducen en una oleada de personas sensibilizadas por la importancia de un correcto estilo de vida activo y con ámbitos alimenticios saludables. Desde el 2010 hasta el 2015 la práctica deportiva en España ha crecido un 9,2% según el Consejo Superior de Deportes en su Encuesta de Hábitos deportivos en 2015. Entre otros motivos, esto se debe a una estricta política de promoción de la actividad deportiva impartida por el CSD durante los últimos años para mejorar la salud y condiciones de vida de los españoles. Y, por si fuera poco, en el territorio nacional se ha transformado en uno de los sectores con mayor crecimiento, aportando un 1,5 % del PIB en la economía del país en el último año.

Capítulo 2: Estructura del sector deportivo

Tras la repercusión determinada por el impacto del deporte en la economía del territorio, el cual se pretende analizar, se procura mostrar de una manera más intuitiva la interacción del mismo con el entorno a través del siguiente diagrama:

Diagrama 1: La estructura del sector deportivo



Fuente: Elaboración propia

Partiendo desde el punto de vista de un individuo practicante de la actividad física, se hayen los dos grandes grupos en los que se divide el deporte.

Por una parte, el deporte entendido como mero entretenimiento, es llevado a cabo por aquellas personas que lo practican únicamente como una actividad desestresante que aporta multitud de beneficios tanto físicos como psicológicos, sin ningún tipo de remuneración. Este, a su vez, se diferencia en hobby y deporte amateur. El primero, como la propia palabra indica, es aquella ocupación que se practica como afición fuera de la horas laborales, como desarrollo del ejercicio físico para el bienestar propio; y el segundo se caracteriza por motivación derivada de la pasión ejercida a la hora de la práctica deportiva, equiparándose con un profesional, pero sin recibir un salario a cambio.

Por otra parte, los deportistas competitivos son aquellos que realizan deporte con cierto nivel de exigencia y una metodología más estricta, con la intención de superarse a sí mismo o a un oponente. En este sector se agrupan el deporte profesional, en el cual se recibe una compensación económica a cambio de la actividad física ejercida; y el deporte de élite, que es muy similar al anterior con la diferencia de que en muchas ocasiones, son los propios jugadores los que tienen que abonar dinero para practicarlo (exceptuando el fútbol, baloncesto y otros deportes concretos) o bien son subvencionados por el estado o patrocinadores.

Para la puesta en marcha de ambas ramas deportivas es necesario un aprovisionamiento, referido a cualquier tipo de material deportivo o a la instalación de las infraestructuras necesarias, los cuales son abastecidos por las diferentes empresas del sector. Este gasto está estrechamente relacionado con el gasto privado que involucra a los hogares. Dichas empresas, dan lugar a multitud de empleos que refuerzan la estructura económica del país. Están englobados en tres dimensiones: artículos deportivos al por menor, fabricación de artículos deportivos y las actividades deportivas. Esta última, al tratarse de una agrupación de todo tipo de eventos vinculados con la realización del ejercicio físico, se encuentra también dentro de la rama de ocupaciones, estando financiado en gran parte con el gasto público aportado por el estado. Esa relación bidireccional entre el gasto público y las actividades deportivas, es dada por las subvenciones sufragadas por el estado y el retorno del respectivo beneficio normalmente ocasionado.

Capítulo 3: Impacto del deporte sobre la economía: cuatro perspectivas

En pleno siglo XXI, el deporte se ha convertido en uno de los fenómenos sociales que más cantidad de gente ha movilizado, implantándose de lleno en la economía del mercado moderno. Su capacidad de captación de practicantes y/o consumidores lo ha convertido en un elemento clave como desarrollo del ámbito juvenil y como integrador social, dando lugar a un tejido empresarial acorde con la evolución tecnológica, que genera 15.000 millones de euros en la economía española. Esto sitúa a España en el quinto lugar de los países europeos en términos absolutos con mayor impacto sobre el Producto Interior Bruto, con un 1,5%. Al ser una industria en pleno crecimiento, los sectores de fabricación de artículos deportivos, comercio al por menor de productos deportivos y las actividades deportivas, dan cabida a la creación de más de 200.000 puestos de trabajo. De igual manera, debido al gran auge que está sufriendo y a la concienciación de la importancia de llevar una vida saludable, cada vez son más los gastos medios realizados por los hogares y la consecuente inversión de los estados para facilitar la introducción del sector deportivo.

Por tanto, en este capítulo se analizará el impacto de la economía deportiva en España desde diferentes puntos de vista:

- Empleo
- Empresas
- Gasto privado
- Gasto público

3.1. Empleo vinculado al deporte

3.1.1. Definición

Se puede definir el empleo vinculado al deporte, como aquel trabajo realizado por personas mayores de 16 años que contribuyen al conjunto de la

economía del deporte. A su vez, se considera una ocupación deportiva a todas las actividades llevadas a cabo por profesionales dentro del ámbito del deporte.

Antes de adentrarse en el sector, es importante comenzar diferenciando estos términos:

Tabla 2: Diferencia entre actividades económicas y ocupaciones, deportivas.

Actividades económicas	Ocupaciones
<ul style="list-style-type: none"> • (323) Fabricación de artículos de deporte (excepto prendas de vestir y calzado). • (931) Actividades deportivas. Comprende la gestión de instalaciones deportivas, las actividades de los clubs deportivos y de gimnasios entre otros. • Cualquier otra actividad económica si se trata de una de las ocupaciones deportivas consideradas. 	<ul style="list-style-type: none"> • (372) Deportistas, entrenadores, instructores de actividades deportivas; monitores de actividades recreativas. • Cualquier otra ocupación si se trata de una de las actividades económicas deportivas consideradas.

Fuente: Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE)

Como se puede observar en la tabla, no se incluyen dentro de la actividad económica las actividades deportivas ligadas a la fabricación de las prendas deportivas. Esto se debe a que no se encuentran dentro de los epígrafes contemplados en los códigos Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) 2009. Esta clasificación se basa en un sistema de numeración en el que se agrupan las unidades productoras dependiendo de la actividad económica desarrollada para su adecuada estructuración. Por tanto, las prendas de vestir se clasifican dentro de la división 14, en la que no se logra distinguir un grupo y clase determinados para la ropa deportiva.

En términos generales, del resultado de la Encuesta de Población Activa dirigido por el INE, se deduce un volumen medio anual de empleo generado por el deporte de 203.300 personas alcanzando el 1,1% del tejido empresarial en España. Según la información del INE, solo existe una sola empresa en el país que sobrepase los 1.000 trabajadores en su plantilla. El equipo blaugrana, el Fútbol Club Barcelona, cuenta con 1.104 empleados de los cuales 630 pertenecen a la plantilla.

3.1.2. Deporte competitivo

En relación a lo visto anteriormente podemos concluir que, en el deporte asalariado, se distinguen tres áreas:

- ❖ El deportista como mercancía
- ❖ Los medios e instrumentos utilizados en la actividad como mercancía
- ❖ El evento como parte del espectáculo en el que se plasma la actividad deportiva.

En este caso, a pesar del hábito común de dar mayor relevancia a las infraestructuras deportivas sobre el factor humano, la primera de las opciones será la más significativa debido a su indispensable interacción con las personas que consumen el servicio. Así pues, por la práctica del deporte de una manera pública los deportistas profesionales reciben una retribución económica. Algunos de estos deportes que realizan los profesionales se consideran estacionales, lo que les ayuda a disponer de un mayor tiempo de entrenamiento para su preparación y no son consumidos por los espectadores de manera continua.

Sin embargo, se encuentra un conflicto al analizar el marco legal que regula los contratos de trabajo. En la normativa de aplicación en España, se prohíbe la puesta en marcha de la vida laboral a menores de 16 años. A partir de dicha edad hasta los 18 años, se requiere del permiso del tutor legal correspondiente. En determinadas ramas deportivas, se ha querido rebajar esta edad sin éxito, atentando contra la escolarización obligatoria que se establece en la ley exigida hasta los 16 años. En la actualidad, existen clubs deportivos que intentan evadir la normativa a través de precontratos, clubs formadores o simplemente por compensación de gastos. Con estas manifestaciones consiguen que sigan arraigadas en el ámbito deportivo expresiones como “comprar” o “vender” jugadores, más concretamente niños de mediana edad, como si de un mercado de personas se tratase. En muchos de estos casos, son los padres los padres los desencadenantes del problema cegados por el difícil alcanzable éxito deportivo, pero fundamentalmente crematístico. Por tanto, se tiene en duda si realmente la normativa vigente ampara y protege a estos individuos.

Después de analizar el ámbito laboral del deporte, Villaverde (2012) confirmó que:

“La profesionalidad se erige como la característica esencial para diferenciar la relación laboral deportiva de aquella otra que se ejerce de forma

amateur o semiprofesional. El adjetivo «profesional» relacionado con un determinado trabajo, hace intuir la existencia de una determinada cualificación especial de la persona para realizar esa prestación laboral. Una persona es considerada profesional si ha sido formada y ha obtenido la práctica necesaria para realizar un determinado trabajo” (p.368).

Aunque realmente no exista una limitación en cuanto a la edad, normalmente la vida deportiva no es tan longeva como en la mayoría de los empleos. Aproximadamente el periodo medio de jubilación de la élite deportiva ronda los 40 años. En el siguiente gráfico se muestra un ejemplo de la edad media del top 100 de tenistas. Se observa un incremento de casi 4 años de la edad media desde mediados de los años 80 hasta la actualidad. Entre los motivos más presentes de este notorio cambio se encuentran:

- Desarrollo tecnológico, lo que permite que puedan llevar a cabo las mismas actividades con menos esfuerzo y de una manera más efectiva.
- La dieta, siendo una parte clave en la evolución del deportista, está cada vez más enfocada a aportar los nutrientes necesarios que permiten un avance más rápido y una mejor recuperación de los músculos.
- La preparación enfocada a cada deporte en particular está más especializada debido al mayor conocimiento del sector.



Fuente: Elaboración propia a través de datos de la plataforma digital Tennis.com

Tomando como referencia la edad media de aquellos que trabajan en actividades deportivas, hay 69.000 empleados contempladas en la de edad de los 25 hasta los 34 que ostenta a ser el rango con mayor número de involucrados. Un puesto por debajo, se hallan los 51.000 empleos encontrados entre los 34 y 44. Los más jóvenes, cuyas edades van de los 16 hasta los 24, cuentan con un número equiparable a los 31.500 trabajadores de 45 a 54 años.

3.1.3. Salarios

1. Ocupaciones deportivas

Según Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado, el día 27 de diciembre de 2018, se aplicó el nuevo salario mínimo interprofesional (SMI) con un total de 900€/ mes en 14 pagas, lo que suponen 12.600€ al año. A través de la Encuesta anual de estructura salarial de la INE, se ha determinado que el salario medio bruto en España ha subido un 0,2% con respecto al año pasado, situándose en 23.156€ anuales.

Sin embargo, en cuanto a límites superiores no hay establecida ninguna barrera que acote los honorarios, llegando a acumular en situaciones muy ocasionales, un capital tan elevado que puede alcanzar los 1.700 millones de euros en un relativo corto periodo de tiempo. Existe una creencia muy expandida de que los atletas mejor preparados cobran sueldos desorbitados en comparación con los recibidos en un trabajo común. La primera razón de peso es la constante y directa interacción con el entorno consumidor de sus espectáculos deportivos derivada de su imagen pública como elemento de marketing. De hecho, poniendo de ejemplo a uno de los iconos de la liga de fútbol española de primera división, Lionel Messi, se puede observar el origen de los beneficios que acumulan una incalculable fortuna, según el European Investigation Collaborations (EIC):

- Acuerdo fijo con el Fútbol Club Barcelona de 71 millones de euros anuales (a diferencia de la mitad de la liga española que posee un sueldo de entre 129.000 € y 500.000 €)
 - Un 15 % de derechos de imagen.
 - Los 60.35 millones de euros restantes por la firma del contrato.
- Bonificación de 70 millones de euros por finalizar su cláusula de fidelidad con el club.
- 37 millones de euros en contratos publicitarios con marcas como: Tata Motors, Pepsi, Adidas, Dolce & Gabbana y Huawei.

De esta manera, se aprecia que partiendo de un total de 108 millones (sin tener en cuenta la bonificación de la cláusula de fidelidad), casi el 45% es generado por las campañas publicitarias y derechos de imagen. Explicado en otras palabras, esta estrella del fútbol genera un valor que es difícilmente reemplazable para los espectadores. El precio que hay que pagar por asistir a un partido de fútbol de esta categoría atendiendo a su demanda, se determina como inelástico ya que los fieles consumidores de estos eventos estarán dispuestos a pagar cualquier precio por ver el potencial y el juego único de los jugadores. En definitiva, la elevada cifra de los 71 millones que tiene pactados con su equipo de fútbol, se debe en su gran medida a valor creado y a la repercusión que ofrece su imagen pública al club. Todo ello, se une a la, ya mencionada anteriormente, corta vida laboral de la que disfrutaban dichos deportistas.

Valorando el elevado salario recibido por los jugadores de la élite del deporte, Ottati (2014) añade que *“si a mí me preguntan si es justo, afirmo que sí, ya que debido a esa calidad de deportistas, los clubes, que hoy más que nunca son empresas, obtienen éxitos y mucho más dinero para sus arcas; además, porque el deporte se ha convertido en un negocio y todo el que tiene un negocio lo hace para ganar dinero... no para perder”* (Revista digital: Aventura americana).

Entre los deportes más demandados y de mayor éxito dentro de la comunidad, destacan el fútbol, el baloncesto, el boxeo y el tenis.

Más abajo se halla una lista de los 10 deportistas mejor pagados del mundo por sus respectivos equipos.

Tabla 3: Los cinco deportistas mejores pagados del año 2018

Deportistas mejor pagados 2018		
Nombre	Beneficio	Deporte
Floyd Mayweather	275 millones de dólares	Boxeo
Canelo Álvarez	110 millones de dólares	Boxeo
Conor McGregor	85 millones de dólares	MMA
Lionel Messi	84 millones de dólares	Fútbol
Neymar	73 millones de dólares	Fútbol

Fuente: Revista FORBES

2. Actividades deportivas

En el resto de actividades asalariadas que engloba el deporte, la remuneración económica otorgada se comprende en unos parámetros más normalizados. Se pueden observar las claras diferencias numéricas en la siguiente tabla, la cual detalla los sueldos medios brutos de los empleos deportivos más comunes en la actualidad.

Tabla 4: Sueldos del sector público/privado

Sector público / privado				
Sueldo funcionarios		Complementos	Instituto municipal de Deportes (IMD)	
Grupo A	25.534,60€	2.298,10€	Sueldo anual	24.000€-95.000€
Grupo B	21.481,46€	1.933,40€	Técnico Deportivo	
Grupo C 1	17.819,56€	1.603,70€	Detallistas	18.000€ - 22.000€
Grupo C 2	15.519,56€	1.396,78€	Especializados	24.000€ - 28.000€
Grupo E	1.108,54€	1.228,64€	Presidente del consejo superior de deportes (CSD)	
Profesor de Educación Física			Sueldo	80.000€ - 90.000€
Grupo A	25.534,60€		Presidente del comité olímpico internacional (COI)	
Grupo B	21.481,46€		Sueldo anual	92.000€

Fuente: Plataforma digital DeportesdeCiudad

- **Grupo A (Cuerpo Técnico de administración y gestión):** dispone de título universitario de Grado o Superior. Funciones directivas, de estudio, inspección y control y administrativas de nivel superior.
- **Grupo B:** dispone de título de Técnico Superior. Tareas de gestión y ejecución.
- **Grupo C:**
 - **Grupo C1 (Cuerpo Administrativo):** dispone de título de bachillerato. Funciones de realización de informes, control y seguimiento de documentación y expedientes.
 - **Grupo C2 (Cuerpo auxiliar):** dispone de título de la Educación Secundaria Obligatoria. Tareas de atención al público, manipulación de expedientes y demás operaciones de administración elementales.
- **Grupo E:** pueden recibir y repartir la correspondencia, encargarse del estado del edificio, comprobar el permiso de entrada de los visitantes y otras funciones del Cuerpo Subalterno.

Tabla 5: Tabla 6 Sueldos de una empresa privada

Empresa privada			
Director ejecutivo de empresa deportiva (CEO)		Director de recursos humanos gestión de deportes	
Facturación 0-30M	80.000€-140.000€	Facturación 0-30M	50.000€-70.000€
Facturación 30-100M	140.000€-180.000€	Facturación 30-100M	70.000€-120.000€
Facturación 100M	180.000€-300.000€	Facturación 100M	120.000€-180.000€
Director financiero de empresa de gestión deportiva		Director comercial sector deportes	
Facturación 0-30M	60.000€-80.000€	Facturación 0-30M	60.000€-90.000€
Facturación 30-100M	80.000€-120.000€	Facturación 30-100M	90.000€-150.000€
Facturación 100M	120.000€-200.000€	Facturación 100M	150.000€-25.000€
Director de marketing deportivo		Director de compras área deportes	
Facturación 0-30M	50.000€-75.000€	Facturación 0-30M	50.000€-75.000€
Facturación 30-100M	75.000€-120.000€	Facturación 30-100M	75.000€-125.000€
Facturación 100M	120.000€-250.000€	Facturación 100M	125.000€-180.000€
Director e-commerce y digital deportivo		Sport Brand Manager	
Facturación 0-30M	60.000€-90.000€	Facturación 0-30M	35.000€-40.000€
Facturación 30-100M	90.000€-120.000€	Facturación 30-100M	45.000€-47.000€
Facturación 100M	120.000€-180.000€	Facturación 100M	50.000€-55.000€
Delegado comercial		Responsable de administración de ventas deportivas	
Facturación 0-30M	17.000€-28.000€	Facturación 0-30M	22.000€-27.000€
Facturación 30-100M	24.000€-36.000€	Facturación 30-100M	24.000€-42.000€
Facturación 100M	28.000€-42.000€	Facturación 100M	27.000€-45.000€
Director de diseño de productos deportivos		Entrenador personal	
Detallistas	40.000€-50.000€	Sueldo	12€-40€ por hora
Especializados	50.000€-70.000€	Monitor de actividades colectivas	
Comentaristas y periodistas deportivos		Sueldo	12€-18€ por hora
Periodista deportivo	15.000€-30.000€	Monitor de tiempo libre	
Responsable de sección tienda de deportes		Sueldo	900€ al mes
Sueldo anual	18.000€-24.000€	Monitor infantil deportivo	
Jefe de sección		Sueldo	12€ por hora
Detallistas	23.000€-27.000€	Vendedor tienda de deportes	
Especializados	24.000€-28.000€	Sueldo anual	12.000€-15.000€

Fuente: Plataforma digital DeportesdeCiudad

En vista del estudio llevado a cabo por el Plan Estadístico Nacional mediante la Encuesta de Población Activa, se ha logrado determinar el empleo ligado a ciertas actividades económicas y ocupaciones ligadas a las actividades deportivas por medio de una explotación específica: se ha analizado que los puestos de trabajo en las empresas españolas integradas en el sector deportivo dan empleo más de 200.000 personas y se caracterizan por tener una mayor formación académica que la media del conjunto nacional (2017). Esto se traduce en unas tasas mayores de educación, generando un 53,1% con respecto a la media estatal que se halla en un 42.5%.

3.1.4. Análisis: tipificación del empleo

1. Empleo del deporte vinculado al nivel de estudios

Existen varios procedimientos por los que se ha estimulado la preparación de los graduados en Ciencias de la actividad física y el deporte, que contribuyen a un perfeccionamiento del sistema de las prácticas deportivas:

1. La entrada en vigor en España del Plan de Bolonia en 2007, trajo consigo importantes cambios en el sistema educativo. Destacando en el terreno deportivo la introducción de nuevos planes de estudios en los grados de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, persiguiendo con ello una mayor calidad en su formación.
2. A través de la Declaración de Copenhague se reconoció en el año 2000 la relevancia de la educación como parte adherida a las políticas económicas y sociales. A consecuencia de la implantación del Sistema Nacional de Cualificaciones y Formación Profesional se normaliza, mediante la Ley Orgánica 5/2002, el reconocimiento y validación de los territorios involucrados de las cualificaciones y competencias adquiridos por los estudiantes de la rama. Así pues, ha sido reforzada el alcance en la Educación y Formación Profesional.
3. La aprobación de la Ley Paraguas y Ley Ómnibus produjo la adaptación a la regulación europea del sector servicios consiguiendo la modernización de los colegios profesionales.

Empleo del deporte vinculado al nivel de estudios



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: MCUD. Explotación de la Encuesta de Población Activa en el Ámbito Deportivo. Encuesta de Población Activa.

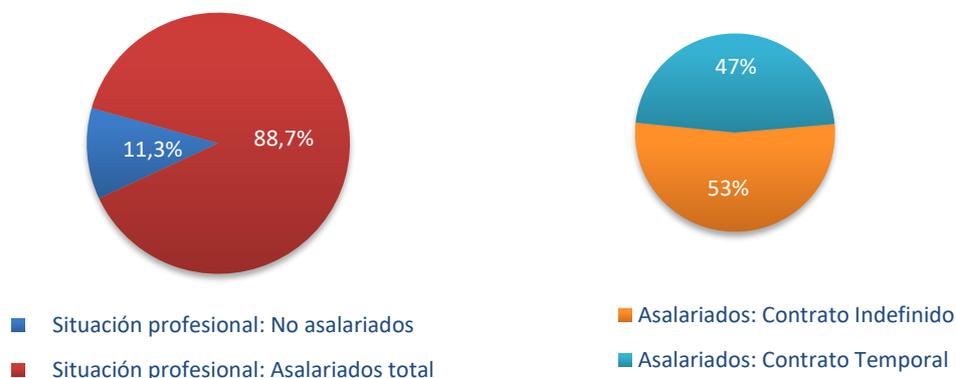
Las tasas de paro más elevadas, según la información transmitida por el Instituto Nacional de Estadística, comprenden a aquellos grupos que poseen una formación básica. En cambio, los empleos en los que hay una mayor actividad laboral, están formados por personas con estudios de enseñanza secundaria obligatoria o superiores, finalizados. A través de los datos aportados en la etapa de contracción económica iniciada a partir del 2008, se determina un incremento mayor del paro en personas analfabetas, de un 20,5%, con respecto a los que disponen del título académico correspondiente a los estudios secundarios, con un 15,6%. Los poseedores de títulos de estudios superiores, solo se vieron afectados en un 7,3%. Los análisis también esclarecen que el nivel de estudios de la población es inversamente proporcional al tiempo empleado en encontrar trabajo.

En sintonía con la tasa de ocupación relacionada con el nivel de estudios, se concreta que *“dado que las personas con un nivel de estudios bajo corren más riesgo de desocupación, la respuesta política de un país podrá ser procurar aumentar su nivel de instrucción, o crear más ocupaciones para las que se requieren pocas calificaciones”* (Díez de Medina, pg. 128).

Esta sensibilización por la rama deportiva produce que se formen personas especializadas y cualificadas con mayores facilidades para el ámbito laboral. En suma, casi el 90% del empleo que genera el deporte a nivel nacional es asalariado, presentando un incremento de las tasas de temporalidad y de empleo frente a las encontradas en el total del empleo.

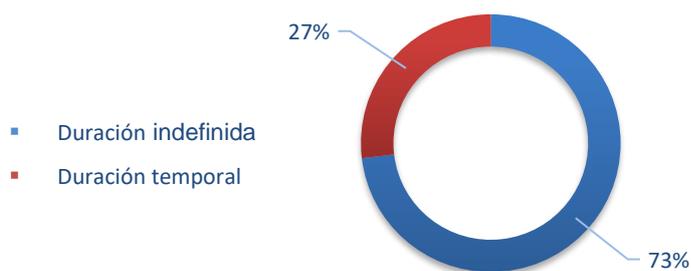
2. Tipos de contratos deportivos

Contratos en el empleo deportivo



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: MCUD. Explotación de la Encuesta de Población Activa en el Ámbito Deportivo. Encuesta de Población Activa.

Asalariados por tipo de contrato a nivel nacional



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: MCUD. Explotación de la Encuesta de Población Activa en el Ámbito Deportivo. Encuesta de Población Activa.

Según se puede observar, existe una clara diferenciación entre los contratos deportivos y los de cualquier otro empleo general en España. Según la base de datos del Instituto Nacional de Estadística, el empleo temporal a nivel nacional abarca simplemente un cuarto del total de tipos de contratos. En cambio, la media en los contratos deportivos se posiciona en aproximadamente un 50% entre ambos contratos.

Pero, ¿qué ventajas se obtienen de este tipo de contrato? Antes de entrar en detalles, la primera que se encuentra es el hecho de poder disfrutar de un contrato sin fecha límite. Esto no quiere decir que el trabajador dependa de la empresa eternamente. Cualquiera de las partes podrá rescindir el contrato a cambio de asumir ciertas consecuencias. Dichos efectos suelen basarse en compensaciones económicas que varían sus valores dependiendo de la situación. De esta forma, la persona que dispone de un contrato indefinido goza de cierta

estabilidad económica a largo plazo que no podría adquirir con el otro tipo de contrato.

En los contratos temporales, existe una gran desigualdad entre el empleado y el empleador, saliendo beneficiadas usualmente las empresas. Esto se debe a que, una vez finalizado, el empleado no se encuentra protegido legítimamente en comparación con la parte contratante. A su vez, por el indefinido, los empresarios cuentan con una serie de ventajas: disponen de un año de prueba para los candidatos al puesto vacante, esto quiere decir, sin remuneración alguna; rebajas fiscales en contratación de personal, rondando los 3000€ por cada nuevo trabajador menor de 30 años; y bonificaciones de hasta 1300€ por la Seguridad Social en caso de contratar a trabajadores con más de 45 años.

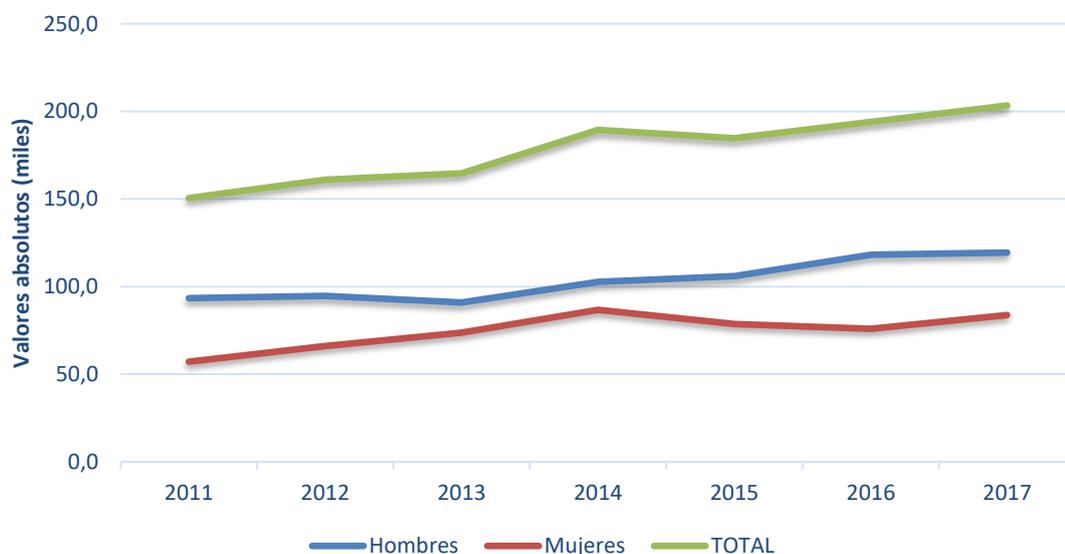
En vista de la diferencia entre los contratos temporales y los indefinidos, se defiende que *“el contrato indefinido le deja como mensaje al trabajador que la empresa confía en él o ella, que valora su trabajo, es decir; un trabajador con contrato indefinido versus uno con contrato temporal, aunque ambos llevan los mismos años de antigüedad tienen probabilidades altas de mostrar distintos niveles de productividad”* (China, 2017, p.28)

Por último, mencionar que aunque en el sector deportivo se repartan de una manera más equitativa los dos contratos, los temporales también cuentan con una parte favorable: la plantilla no requiere de un salario anual, reduciendo enormemente los gastos; procesos de selección menos elaborados ya que cuentan con empleados que no estarán mucho tiempo en la empresa y proporcionaran un impacto directo e instantáneo en la misma; incremento de experiencia por parte de los trabajadores ya que han podido trabajar en varios sectores relacionados, en un corto periodo; y una constante actualización y adaptación del entorno por el corto ciclo de vida laboral que poseen en una corporación.

La creciente popularidad de los contratos temporales se produce a raíz de que las empresas actúan con una personalidad conservadora. El marco político ha creado cierta incertidumbre en ellas, que no están habituadas a generar contratos de un año o año y medio. Además, a esto se le añaden puntuales tensiones comerciales internacionales, que involucran al empleo en general impactando negativamente en los últimos años.

Sin embargo, la parte de mayor consideración en esta situación es la propia duración del contrato temporal. En el 2017 se hacía uso de contratos que tenían un periodo de vida aproximado de un mes. A lo largo de 2018 ha evolucionado hasta llegar a un rango desde los 3 hasta los 6 meses. Alguno de los indicios que podrían explicar esta situación, es el abuso de la contratación de emprendedores cuya edad no supere los 30 años, a la escasez de personal en los sectores tecnológicos por falta de incentivos y el interés común de las empresas en busca de la parcialidad.

Empleo deportivo por sexo. Medias anuales



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: MCUD. Explotación de la Encuesta de Población Activa en el Ámbito Deportivo. Encuesta de Población Activa.

Como se observa en el gráfico, el empleo deportivo se ha incrementado en términos totales de manera progresiva a lo largo de los años. Se distingue un pequeño despunte en el 2014, año que marcó un antes y después en la economía. En este periodo se produce una transición hacia la recuperación de la situación española tras la crisis iniciada en 2008, pues fue la primera vez desde dicho año en el que se creó empleo neto en España.

Siempre que se encuentra una distinción en la conducta entre hombres y mujeres, los investigadores buscan dar con la raíz de la explicación a través de los datos disponibles o mediante algún tipo de análisis. En este contexto en particular, se han formulado infinidad de hipótesis que procuran dar con un razonamiento válido para la diferenciación en la práctica deportiva entre ambos sexos. Algunas de las justificaciones utilizadas se basan en la función cambiante sufrida a lo largo

de la historia: formación de habilidades sociales y motoras, adquisición de un mayor estatus o como muestra de calidad física vinculada al cortejo de la pareja.

Según un informe del Gobierno Vasco, elaborado por el Instituto DKV, confirmó en 2017 que únicamente el 54% de las mujeres practicaba ejercicio de forma habitual, frente al 70% que se mostraba de la figura masculina. El empleo deportivo, por tanto, se podría hipotetizar que estaría enfocado de una manera análoga a la práctica física, ofreciendo una menor presencia de la mujer.

La falta de motivación es una de las variables con las que se intenta responder a estas disimilitudes. La doctora en Filosofía y licenciada en Ciencias de la Actividad Física y Deporte, Matilde Fontecha, estudió también estos comportamientos intentando dar con el origen que explicara esta descompensación. Determinó que las disciplinas que eran llevadas a cabo por la figura femenina, obtenían exclusivamente el 5% de la cobertura mediática, además de corroborar que una inmensa proporción de adolescentes, más concretamente el 43%, considera que no tienen ningún modelo a seguir femenino y por tanto se desarrolla esa falta de alicientes para la práctica deportiva. Si las más pequeños se vieran reflejados en un referente o modelo a seguir, el porcentaje unido al ejercicio físico cambiaría drásticamente.

Otro de los factores, mencionado en un informe del CIS publicado en mayo del 2018, constataban la falta de tiempo libre de las mujeres con respecto a los hombres, dedicando estos últimos de media 2 horas a las tareas domésticas frente a las casi 4 empleadas por las mujeres.

A pesar de haber dedicado un capítulo para los tipos de salarios, sería conveniente mencionar que existen otros obstáculos que no favorecen la introducción femenina en el ámbito laboral. En lo que al deporte profesional se refiere, se ha establecido un llamativo entorno de desigualdad salarial entre hombres y mujeres en referencia al artículo periodístico redactado en Infobae el día 7 de mayo de 2019. Impactantes datos muestran que solo una mujer estadounidense se ubica en el top 100 de mejor pagados en todo el globo terráqueo. Serena Williams, la tenista mejor pagada, únicamente adquiere una minúscula parte de sus ingresos del patrocinio femenino, con un 0.4% del total. Esta desafortunada tesitura para ellas, ha sido denunciada por un sinnúmero de organizadores que determinan que los responsables son las marcas que contribuyentes que patrocinan a los atletas y los adquirentes de los derechos televisivos.

En relación a la desigualdad existente entre deportistas de ambos sexos, Alonso (2014) indicó que:

“El sexo femenino ya no cuenta con el acceso igualatorio a las instituciones deportivas ni a los diferentes recursos que estos puedan ofrecer, además de que, a la hora de llevar programas de selección de deportistas de alto rendimiento, dichos programas no se llevan a cabo de igual manera entre ambos sexos. Se da prioridad a los deportes masculinos, idea de carácter tradicional apoyada por los Medios de Comunicación, los cuales priorizan un tipo de deportes frente a otros. Es decir, se prioriza el deporte masculino porque genera más expectación e interesa más a la sociedad, provocando nuevamente una falta de recursos al deporte femenino.” (p. 5).

3.2. Actividad empresarial

3.2.1. Definición

Se podría definir a una empresa como una unidad agrupada de la producción de bienes y servicios que desarrolla una actividad económica con ánimo de lucro y con cierta autonomía de decisión. Está formada por un conjunto de personas, bienes financieros y materiales y puede producir una o más actividades en varios lugares. Una empresa vinculada al deporte será aquella cuya función principal esté ligada al entorno deportivo.

La identificación de las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de bienes deportivos y sus correspondientes empleos directos que conforman, es una tarea ardua y meticulosa. En primer lugar, por la dificultad de realizar una segmentación clara debido a la inmensa cantidad de productos que se encuentran ofertados en el mercado. En segundo lugar, por la existencia de empresas, en su caso mayoritariamente textiles, cuyas producciones no están destinadas de manera exclusiva al deporte. En tercer lugar, los obstáculos encontrados por las limitaciones de los datos aportados por fuentes primarias a través de la Cámara Oficiales de Comercio e Industria, para elaborar el Censo de Sociedades

A día de hoy, las firmas de este sector crean más de 200000 empleos (un 4,8% más que el año anterior) y componen más del 1% de la red corporativa. El mercado que conforma esta industria es más importador (un 60% de los bienes y servicios son incorporados desde un país externo) que exportador. En el año 2017, el valor de las exportaciones sumó un valor en España de 1.024 millones de euros frente al de las importaciones, casi doblando la cifra anterior con 1.965 millones de euros. Finalmente, se debe de tener presente que el mercado deportivo no solo está compuesto por la fabricación de artículos deportivos o ventas en tiendas de actividad física, también se encuentran involucrados otros factores como el turismo que genera el entorno del deporte, del que se hablará más adelante, o los centros de gimnasia utilizados para mantener o mejorar las condiciones del cuerpo humano.

3.2.2. Organigrama de Empresa hasta Cliente

Este organigrama facilita la explicación de la dinámica interacción producida en el entorno deportivo, desde la cúspide empresarial hasta el consumidor final del bien o servicio:

Diagrama 2: Organigrama de Empresa deportiva-Cliente



Fuente: Elaboración propia

Partiendo de la Junta Directiva, que es el órgano colegiado que dirige la asociación cuando la asamblea no está reunida y es el encargado de coordinar el correcto funcionamiento de la entidad, se encuentran tres grandes pilares: director deportivo, director de operaciones y director de comunicación.

El director deportivo es la persona que ocupa el cargo responsable de gestionar el capital humano de la empresa. Para un desglose más detallado, encontramos el delegado, que es un miembro que representar y coordinar al

cuerpo técnico; y el propio cuerpo técnico compuesto por los deportistas y de los entrenadores.

El director de operaciones se encarga de dirigir la estrategia de la empresa a través de la dirección y administración de una gran cantidad de recursos de la misma. En él se haya el administrador que, como su nombre indica, administra los recursos de los que dispone la entidad; servicios operativos, que engloban el deporte vinculado a la gestión de instalación de infraestructuras; y la organización y administración de eventos, cuyo objetivo es planificar los eventos deportivos logrando llegar a su posterior ejecución.

Por último, el director de comunicación y marketing, cuya finalidad es clave para poder atraer al máximo número de posibles demandantes del producto o servicio. Aunque en infinidad de ocasiones no se le da el peso que realmente debería de tener, es una de las partidas donde las grandes empresas más invierten. Se reparte en tres puestos: encargado de comunicación, encargado de patrocinio y publicidad y el encargado de ventas. El primero, encargado de determinar la concepción, planificación y gestión de cualquier tipo de actividad comunicativa que esté relacionada con la imagen pública de su entidad, a su vez esta responsable de prensa y responsable de social media, por medio del canal físico y vía online respectivamente. El segundo, busca un convenio con otra persona con el objetivo de que el último presente la marca que quiere dar a conocer los patrocinadores y dirige las campañas de publicidad de la empresa. En el tercer lugar, están las ventas, tanto de las entradas para acudir físicamente al encuentro, como todo tipo de material deportivo.

3.2.3. Análisis: tipificación del sector empresarial

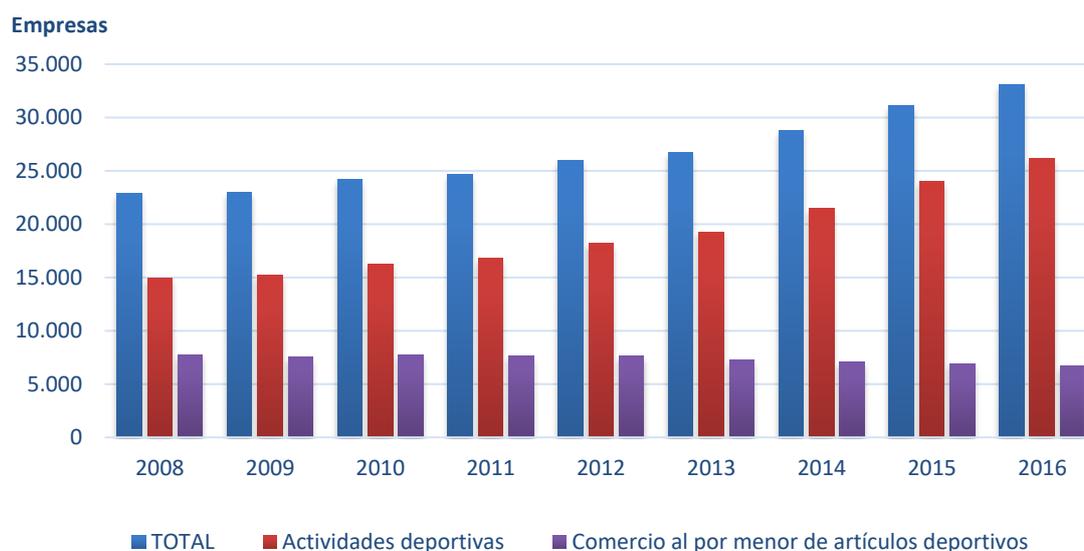
1. Empresas vinculadas al deporte

Cada vez se instalan más empresas vinculadas a los gimnasios y se reduce el número total de tiendas. En términos generales, podemos agrupar a las empresas vinculadas al deporte en tres tipologías: empresas de actividades deportivas en las que se agrupan aquellas que van desde la gestión de instalaciones, gimnasios o desarrollo de actividades de equipos deportivos. A su vez, se secciona en fabricación de artículos deportivos y comercialización al por menos de artículos de deporte.

Las actividades deportivas han conseguido hacerse hueco en el mercado con el mayor incremento de los 3 sectores, registrando un aumento del 60,43% que varía de 14962 en 2008 hasta los 26197 en 2016.

En cambio, las empresas de comercio al por menor, han sido las únicas cuyos resultados muestran una regresión, tomando como referencia el año 2008 con 7753, a diferencia de las 6932 del 2015.

Empresas vinculadas al deporte



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: Directorio Central de Empresas.

Según un estudio por el Directorio Central de Empresas (DIRCE), a principios de 2017 las actividades económicas dedicadas al deporte se han posicionado con 34203 empresas. Con un 81%, las 27676 empresas de actividades deportivas se adjudican la primera posición con respecto al total de empresas. Acto seguido se encuentran el comercio al por menor con un 18,4%. Las empresas sin asalariar componen el 42,5%, de las cuales la mayor parte, el 42,5% son microempresas que no disponen de más de 5 empleados; el 13,4% lo conforman las pequeñas empresas con un máximo de 49 trabajadores; y el 1,1% que resta, solo cuenta con un número de entre 50 y 249 efectivos en las medianas empresas.

2. Fabricación de artículos de deporte

La fabricación de artículos de deporte, a pesar de haber retomado su crecimiento empresarial con un total de 209 empresas en 2017, 12 más que en 2008, sigue siendo el sector que menos aporta a la economía deportiva. Estos valores representan solo un 0,7 % del total, aunque se pueden encontrar prestigiosas marcas como Joma, Ternua, Orbea o Grifone.



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: Directorio Central de Empresas.

Aun teniendo en cuenta el crecimiento constante del número total de empresas en España, la DIRCE ha registrado en el año 2017 a 335.563 empresas que cesaron su actividad. Teniendo en cuenta que fueron 384.390 las que iniciaron su ejercicio, la balanza entre altas y bajas de empresas sigue siendo positiva. En el año posterior, el 80,4% de las empresas que se encontraban activas a día 1 de enero, ya habían sido registradas el anterior año; el 10,5% conforman las dadas de alta; y el 9.1% restante de las que cesa. Del total, 33.000 están vinculadas al deporte y se rigen por un comportamiento similar al de los registros empresariales de los demás sectores.

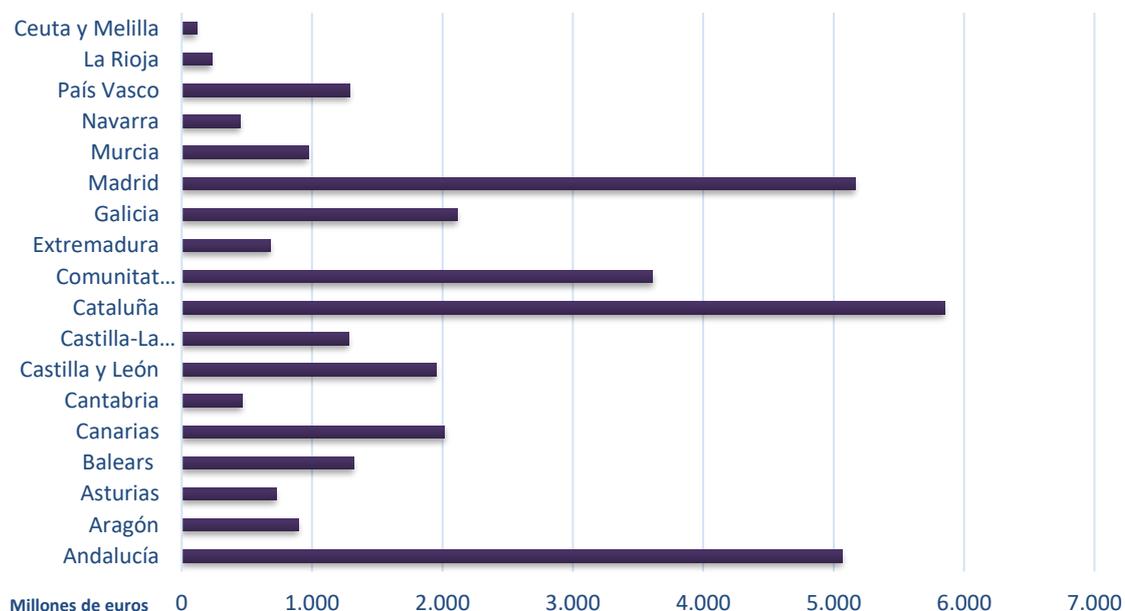
3. Empresas vinculadas al deporte por comunidad autónoma en el 2017

De la misma forma que ocurre con el conjunto de las empresas del país, más de la mitad de las deportivas se encuentran ubicadas en las siguientes comunidades autónomas: Cataluña, con un 17.1%; seguida de la Comunidad de

Madrid con un 15.1%; muy de cerca Andalucía, con el 14.8%; y en último lugar la Comunidad Valenciana superando el 10.5%.

Un estudio realizado por miembros del Centro de Estudios UPF Sports_Lab, manifiesta un peso económico creciente del deporte de un 1,2, generando el 2,5% del total del empleo en la comunidad catalana, tomando como referencia el año 2013. Las actividades productoras de bienes y servicios vinculados al deporte sumaron un valor añadido bruto (VAB) de más de 2.070 millones de euros. Desglosado y ordenado según la importancia en la comunidad: un 49,2% del VAB deriva de las instituciones privadas sin ánimo de lucro, el sector privado con ánimo de lucro genera un 35,5% del VAB, un 9,4% generado por la educación deportivo y el 5,9% del valor añadido bruto del sector público.

Empresas vinculadas al deporte por comunidad autónoma



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: Directorio Central de Empresas.

Según el informe promovido por la Junta de Andalucía y realizado por Analistas económicos, el sector deportivo representa el 5,42% del Producto Interior Bruto (PIB) regional, superando los 7.600.000.000 de euros en el 2014. La gran repercusión del deporte incidente en la economía, ha generado 50.500 empleos directos y 26.260 empleos de manera indirecta. En cuanto al valor añadido bruto, se generaron 1.583,9 millones de euros, con un peso del ámbito deportivo del 1,86% del PIB.

3.2.3. Empresas más relevantes en España

1. Según fabricación de artículos de deporte

Skis Rossignol de España SI

Skis Rossignol de España SI ha obtenido en el ranking sectorial de fabricación de artículos de deporte del 2017 la primera posición, aunque en el ranking nacional según las ventas se encuentra en la 4.674, escalando 404 puestos con respecto al año 2016. Presenta unos activos valorados en 42.210.924€ y unas ventas que casi alcanzan los 42.000.000€. Esta empresa, cuya forma jurídica es una sociedad limitada unipersonal, tiene como principal función la de la fabricación y venta de esquís originada en Barcelona, aunque también está involucrada en el resto del sector deportivo. La mayor peculiaridad de esta empresa, es que ha llegado a tener 211 empleados en 2014, de los cuales el 98.57% era fijo. Aproximadamente 4 años después posee una plantilla de 210 personas, pero únicamente con un 92.85% fijo y el restante 7.14% eventual.

2. Según gestión de instalaciones deportivas

Baqueira-beret SA

Baqueira-beret SA ha registrado una facturación en el año 2.017 de 30.564.749€ y unos activos valorados en 71.006.187€. En cuanto al ranking nacional ha seguido subiendo puestos hasta llegar al 6.369, aunque en el provincial, más concretamente en Lérida, ha descendido hasta llegar a la 59 en el 2017, empeorando 1 posición con respecto al pasado año. En este caso el objeto social coincide con la empresa citada anteriormente, los esquís, aunque se dedican a la gestión de instalaciones deportivas. Esta sociedad anónima es perteneciente de 48 marcas, entre la que destaca la Estación de montaña Baqueira Beret.

3. Otras actividades deportivas

Real Club Celta de Vigo Sad

En relación a este sector, se encuentra en primera posición Real Club Celta de Vigo Sad, una empresa cuya función se basa en la participación en competiciones deportivas de carácter profesional, en la modalidad de fútbol. También promueve y desarrolla actividades deportivas de multitud de

modalidades y se encarga de la comercialización deportiva. Esta sociedad anónima que se ubica en Vigo, ha bajado 15 posiciones en el ranking de Pontevedra con respecto al año anterior, el 2016. En el ranking nacional ha obtenido unos resultados más drásticos, descendiendo 850 posiciones en el mismo año. Aun así, sigue manteniendo la primera posición del sector CNAE 9319 con casi el doble de facturación que la siguiente empresa, Madrid Trophy Promotion SLU. Con una facturación de 74.789.000€ alcanzaba su punto más alto en 2017, consiguiendo una variación del -17,01% con respecto al siguiente año. Por último, posee unos activos valorados en 113.362.988€.

3.2.4. Marcas y medios de comunicación internacionales

A través de la revista Forbes, se pueden determinar las empresas vinculadas al deporte que más han facturado en el último año:

Nike

Con el eslogan “Just do it” esta empresa deportiva tiene como misión hacer todo lo posible para expandir el potencial humano. Esto se pretende con creaciones innovadoras, productos sostenibles y produciendo un impacto positivo en los territorios en los que las personas viven y trabajan Su sede se encuentra en Beaverton, Oregón e incluye marcas como Converse, Hurley y Jordan. Según la revista Forbes Fab 40, Nike es la marca deportiva más valiosa en el mundo, con un valor de 27.000 millones €. Posee una cuota de mercado del 95% de las zapatillas de baloncesto en EEUU, incluyendo las zapatillas Jordan.

En el inicio del 2018, Nike obtuvo resultados nefastos, consiguiendo remontar los beneficios a finales de año con un incremento de ventas del 12.82%, alcanzando los 36.397 millones € al final del año. Aunque los ingresos se hayan elevado progresivamente a lo largo de los años, las ventas han experimentado un crecimiento progresivo en concretos sectores como el calzado y la vestimenta. En el año 2010 el calzado producía unos beneficios de 11.667 millones de €, cuando actualmente ha alcanzado más del doble con los 22.268 millones de €, representando el 61,18% de la facturación total. La vestimenta, que alcanza el 29,49% del total facturado se ha visto envuelta en una situación similar, obteniendo 5.863 millones de € en 2.010 ampliados hasta casi duplicarlos en 2.017 con 10.733 millones de €. A pesar de su línea positiva de ventas, la equipación deportiva comenzó su decadencia desde el año 2013 y no logra remontar sus resultados con un descenso del -2,04%.

También ha sufrido un crecimiento descontrolado de los gastos en la búsqueda de demanda de un 7,06%, sumado a los gastos generales que conforman casi un 10%, ha supuesto que caiga en -6.4% el beneficio operativo que mantuvo el año anterior con 3.966 millones de €.

ESPN

Con las siglas de Entertainment and Sports Programming Network, representa a un grupo mediático que produce canales de televisión, revistas y libros relacionados con el deporte. El propietario es la cadena estadounidense ABC, dirigida por The Walt Disney Company. Con un valor de marca de 14.720 millones de euros, se adhiere al segundo puesto de empresas que mayor valor tienen vinculadas con el deporte. La NFL es el corazón que da vida a ESPN ya que le proporciona la programación dedicada al deporte más consumido de EEUU.

En el año 2014 alcanzó un flujo de caja de 4014 millones de €, superando con un 39% los producidos 5 años atrás. Obteniendo unas cuotas de afiliación mensual de 4,82€, su principal ventaja se origina en la tarifa de afiliación y el modelo de ingresos vinculado a la publicidad por los cuales generan grandes cantidades de beneficios. Además, ESPN puede permitirse incrementar sus tarifas en un 5% anualmente difundiendo una programación sin la que los distribuidores por cable pudieran mantener la audiencia. A pesar de haber alcanzado un incremento del 120% en la tarifa desde 2007, esto no compensa que haya caído en 15 millones el número de abonados.

Los ingresos generados por la publicidad rondan un aumento del 63% en el 2014. A partir de este año las cifras ha seguido con un crecimiento paulatino hasta frenarse en la actualidad, con un incremento interanual del -2.9%

Adidas

Esta empresa alemana cerró el ejercicio del último año con un beneficio neto de 1.100 millones de euros, aumentando su cifra de negocio en un 14,8%, aproximándose a los 22.000 millones de €. Adidas es una compañía multinacional considerada como uno de los mayores proveedores de productos deportivos. En su plantilla cuenta con más de 60.000 empleados los cuales han conseguido un aumento de ventas del 20% en América del Norte y China.

Este último año la empresa ha optado por poner en marcha la nueva estrategia “One Adidas” basada en estandarizar los procesos con trabajos más eficientes y alineados entre los trabajadores. Aunque no haya publicado datos de forma global, Adidas ha expuesto mediante su e-commerce un aumento de la facturación del 50% en 2018. En la región de Europa Occidental, también obtuvo un beneficio de un 11,2% más que el pasado año, al igual que en Oriente Medio y África con un incremento del 4,8%. Sin embargo, en Rusia obtuvo un resultado negativo con un descenso del 2,8% llegando a adquirir únicamente 660 millones de euros.

En España las ventas se han disparado superándose en un 13,6% con respecto al año pasado y con una facturación de 431.8 millones de €. De esta forma han disparado un 30% las ganancias y superado, según establece el Registro Mercantil, la barrera de los 400 millones de €.

3.3. Gasto Privado

3.3.1. Definición

Se denomina gasto privado, a aquel llevado a cabo en un periodo de tiempo indeterminado por el núcleo familiar, las instituciones que actúan sin ánimo de lucro y las empresas privadas, con la finalidad de satisfacer sus necesidades a través de bienes o servicios. En este capítulo se tratará primordialmente el sector del gasto de los hogares de España vinculado a la actividad física. Es importante aclarar que quedan excluidas las compras dirigidas a la producción, ya que son consideradas como inversión.

Partiendo de los indicadores conseguidos a través del análisis de la estadística Índice de Consumo Base 2016 (INE) de la evolución de los precios en artículos de deporte concretos, se ha concluido que el índice de precios de consumo vinculados con productos recreativos y deportivos se ha acrecentado en 1,5 puntos. En cambio, han sufrido una reducción de 0,7 puntos los mayores equipos deportivos y se considera que el Índice General Nacional ha aumentado en 2 puntos.

En la partida de gasto podemos encontrar que destacan las siguientes variables para analizar:

Tabla 7: Variables a analizar en el Gasto Privado.

Grupos de gasto	Sexo y nivel de estudios
Tamaño de municipio y comunidad autónoma	Situación laboral, grupo de edad y tipo de hogar

Fuente: Elaboración propia.

3.3.2. Teorías e hipótesis de la demanda de los deportes profesionales

Simon Rottenberg, una de las referencias de los análisis teóricos sobre la demanda de los deportes profesionales y escritor de un prestigioso artículo sobre el mercado deportivo en 1956, considera que uno de los factores clave a la hora de atraer la atención del consumidor es indispensable causar un efecto de incertidumbre en el resultado. El economista Walter Neale, otra de las figuras relevantes, aseguró en 1964 que “la primera peculiaridad de la economía de los deportes profesionales es que los ingresos dependen de la competición entre los deportistas o los equipos.” También afirmó que, a mayor igualdad de nivel en una liga competitiva, más interés mostrarían los aficionados.

Atendiendo a las variables con las que se explican la asistencia de las personas a los eventos deportivos, éste las divide en:

1. Función del nivel de ingresos, el precio de las entradas en relación al precio de las demás alternativas de ocio y la calidad ofrecida de los servicios sustitutos.
2. Función positiva del tamaño de la población del lugar en el que se realice, la capacidad y la ubicación de la infraestructura y la posición en el ranking en ese momento del equipo.
3. Función negativa del balance de porcentaje de victorias de los equipos competidores en la misma liga.

En cambio, no existen tal cantidad de análisis de la demanda audiovisual, entre otras cosas, por la escasa información de la que se dispone por el gran desarrollo de la tecnología producido en un corto periodo de tiempo. No obstante,

los ingresos generados por las retransmisiones superan con creces a los conseguidos mediante la venta de las entradas para la asistencia en persona.

Como se ha tratado anteriormente, hasta no hace muchos años la mayoría de los literarios que redactaban sobre la demanda, se enfocaron en intentar explicar la relación existente entre las variables de interés y los resultados deportivos obtenidos. Una de las premisas resultadas estaba relacionada con el comportamiento de los equipos no maximizador de beneficios consecuentes de las estimaciones de la elasticidad precio de los demandantes, relativamente menores que el valor absoluto de la unidad.

Mediante los estudios que analizan la asistencia a los eventos deportivos, surgieron las primeras referencias del impacto de las retransmisiones televisivas. Por ello, en innumerables ocasiones se ha utilizado la retransmisión en directo como variable explicativa, como situación complementaria o en un elevado número de casos, como sustitutiva a la acción presencial al estadio. Esto depende de las motivaciones que impulsan a cada aficionado o del tipo de consumidor. Dejando a un lado el efecto de respuesta negativo que puede provocar la retransmisión, los analistas se han centrado en estudiar si los determinantes son equiparables a la asistencia presencial.

Además, como es obvio, las cadenas televisivas tienen como objetivo mantener la audiencia durante toda la retransmisión. No solo por la publicidad que tiene pactada el canal, sino por los patrocinadores de los diferentes equipos. Por ejemplo, Red Bull, la marca de bebidas energéticas, se gasta anualmente 250 millones de dólares (222.615.000€) en que los deportistas se asocien con la misma para proyectar la imagen de su compañía, junto a valores, principios y actitudes que definen a su empresa. En cambio, la retirada del estadio antes de que finalice el espectáculo, no causa una gran repercusión económica ya que la entrada ha sido pagada previamente o han hecho uso de su abono. Según indicaron Brown y Salaga en el año 2018, otro elemento clave para diferenciar entre la audiencia y la asistencia es, el interés que muestra cada seguidor. Entre los aficionados que asisten al campo, predominan los hinchas o personas que, con un mayor fanatismo por su equipo, mientras que en las retransmisiones audiovisuales los demandantes son más esporádicos o más neutrales con el resultado.

O a raíz de los estudios de los investigadores Babatunde Buraimo y Rob Simmons en 2009, la demanda que se produce mediante vías audiovisuales, es

menos leal y preferentemente busca que haya en el resultado una mayor incertidumbre. Por un lado, en las personas que acuden físicamente al encuentro se tiene la creencia de estar influidos por las expectativas creadas previamente, las cuales no suelen variar a lo largo del partido. Por otro lado, la audiencia puede cambiar sus expectativas a lo largo del encuentro según el nivel de incertidumbre.

Dicha hipótesis en la que se vincula la incertidumbre del resultado final con un mayor interés o atractivo para los seguidores, ha sido reconocida desde el principio de los eventos deportivos, aunque actualmente se haya comprobado empíricamente que todo ello depende de otras variables como el tipo de deporte, el país en el que se celebra o el tipo de demanda.

En cuanto a los países, existen diferencias notorias a tener en cuenta, como por ejemplo que los norteamericanos prefieren partidos en los que se exija un mayor contacto, mientras que los europeos tienen una actitud más desfavorable en cuanto al riesgo.

Dichas teorías que asumen la incertidumbre en el resultado por parte del consumidor, aumentan potencialmente su atractivo, siendo producto del modelo siempre y cuando una victoria inesperada proporcione una utilidad marginal igual o mayor a la de una victoria producida de manera inesperada. Sin embargo, si ocurre lo contrario, es decir, la utilidad marginal de la derrota inesperada es mayor que la de la victoria inesperada, la asistencia al evento aumentara conforme menos incertidumbre haya sobre el resultado final. De esta manera, un espectador adverso a la derrota, prefiere que los partidos se lleven a cabo contra oponentes muy superiores o muy inferiores. Esto supone que haya una mayor aproximación en el resultado evitando así cualquier tipo de incertidumbre.

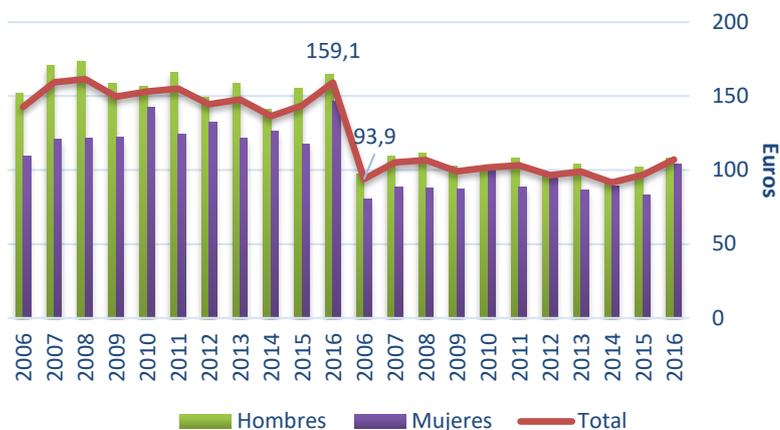
3.3.3. Análisis: tipificación del gasto en los hogares

1. Gasto por sexo en el deporte

Como se analizó en el capítulo 3, por regla general las mujeres practican menos deportes que los hombres. El 37% de las encuestadas por el V Estudio DKV, afirmó realizar ejercicio de manera habitual, frente al 25% que lo hace diariamente. A diferencia de estos datos del sexo femenino, el 70% de los hombres admite practicar deporte frecuentemente.

Pero estos datos, lejos de ser alarmantes, son un indicador de que cada vez más mujeres llevan una vida sana y saludable, incrementando los valores cada año. Todo comenzó el 19 de abril de 1967, cuando Katherine Switzer cambió la historia del deporte femenino. Ese día, burló la prohibición

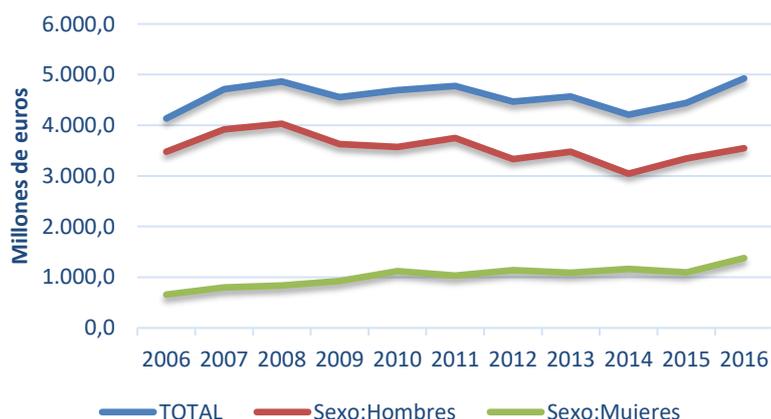
Gasto medio por unidad de consumo



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: MECD. Explotación de la Encuesta de Presupuestos Familiares. Base 2006.

establecida que imposibilitaba a las mujeres competir en una maratón. A pesar de el boicot que sufrió por los hombres, logró terminar la competición en 4 horas y 20 minutos. Aunque no acabara en primera posición, marcó un antes y un después en el deporte como símbolo de igualdad. Desde entonces el número de mujeres que practica deporte se ha incrementado exponencialmente hasta llegar a nuestros días.

Gasto total por sexo



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: MECD. Explotación de la Encuesta de Presupuestos Familiares. Base 2006.

De igual manera, al haber más personas que lleven a cabo una acción, más gastos habrá en dicha actividad. El uso de suplementos entre ambos sexos también marca claras diferencias, según explica un estudio de Kasnor

Logistic. Un 34,9% de los hombres que acuden al gimnasio hacen uso de estos productos, frente al 20% de las mujeres. Gracias a los datos aportados por la página web de nutrición deportiva Zumub, se puede saber que el gasto de estas

últimas ha crecido en los últimos años un 1000%, interfiriendo en la economía aportada por el sector femenino. Por todo lo explicado anteriormente, se aprecia en el gráfico un lento pero constante crecimiento del gasto producido por las mujeres en relación con el ejercicio físico.

En la otra cara de la moneda, los hombres han proporcionado un gasto mucho más irregular llegando a situaciones de decrecimiento como las encontradas a partir del 2008, coincidiendo con el inicio de la crisis surgida en España. Esto podría explicar que uno de los recortes para reducir gastos en este periodo, fue invertir menos en el deporte. Aún teniendo en cuenta que los gimnasios son centros con gran auge en el país que cada vez cuentan con más afiliados, decidieron ahorrar la cuota mensual a cambio de comprar instrumentos deportivos con los que desarrollar la actividad deportiva en el hogar. Es decir, un gasto a corto plazo convertido en uno amortizable a largo plazo. A partir del 2014 revive el gasto de los hombres a la par que el gasto total, llegando en 2016 a obtener el mayor gasto total de la historia, a diferencia de los hombres que no lograron alcanzar su pico más alto situado en el 2008.

2. Gasto medio por persona vinculado al deporte



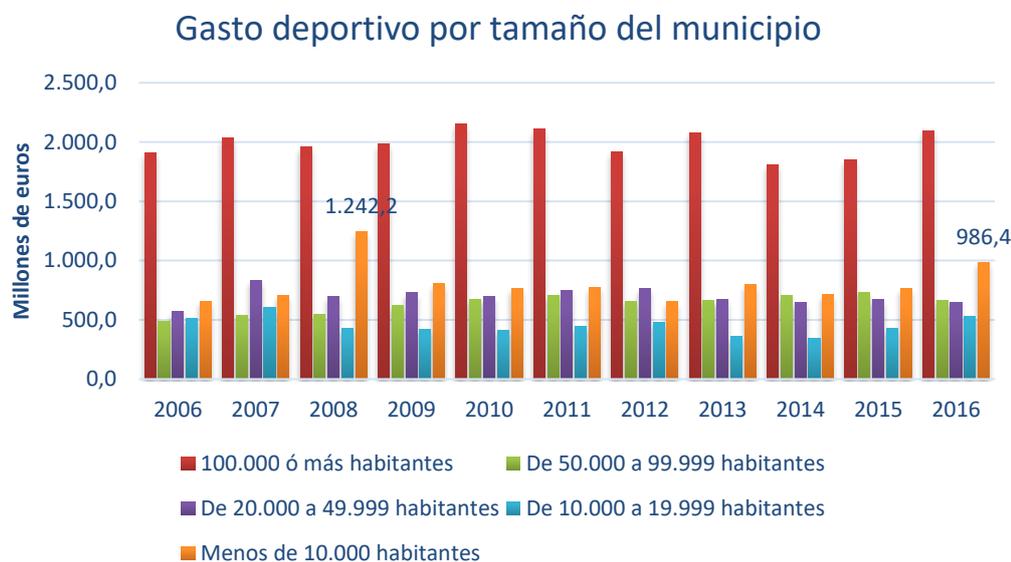
Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Presupuestos Familiares. Base 2006.

Se ha mencionado anteriormente el incremento de practicantes de la actividad física debido al cambio de mentalidad de la sociedad española. Esto desembocó en un crecimiento parejo de la inversión en el desarrollo de dicha

actividad. Pero, a pesar de ello, se puede observar en el gráfico que el gasto medio por persona ha disminuido con carácter general y con marcados altibajos.

La asistencia a los eventos deportivos han sufrido también parte de este declive. Aunque la inversión para llevarlos a cabo haya aumentado por el incremento de la competitividad entre localidades y al desarrollo tecnológico, solo un 25% de los españoles se decide a presenciar el evento en directo, un 5% por debajo que el año pasado. Se prevé que se mantenga dicha situación por la falta de interés y el elevado precio que hay que pagar para poder disfrutar del espectáculo.

3. Gasto medio vinculado al deporte, por tamaño del municipio



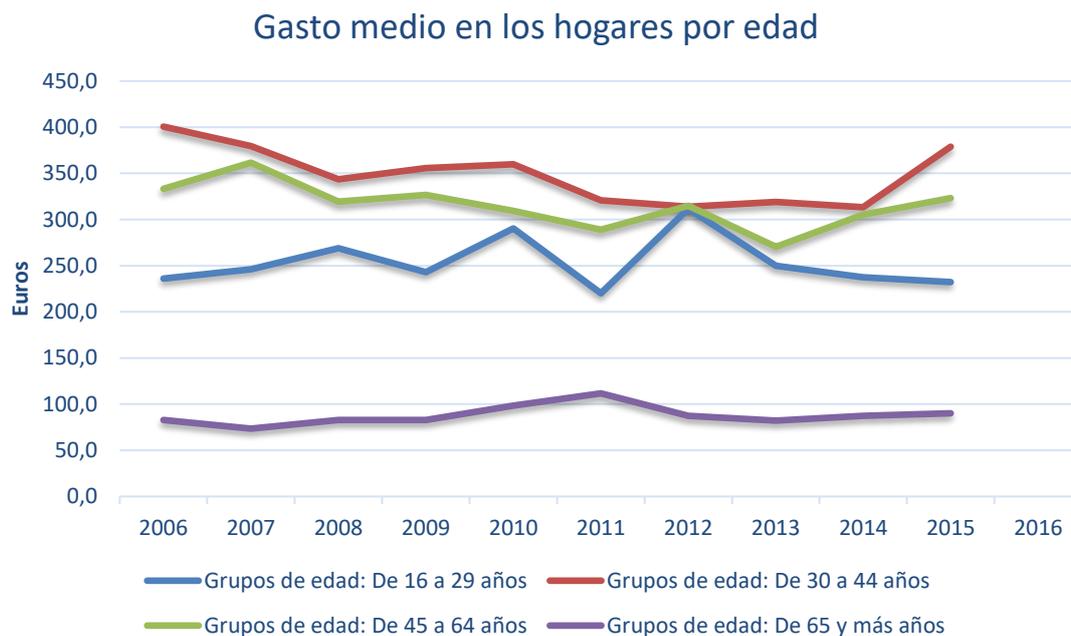
Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: MECD. Explotación de la Encuesta de Presupuestos Familiares. Encuesta de Presupuestos Familiares. Base 2006.

Como cabe esperar, el gasto de los hogares es mayor en aquellos municipios con un número elevado de habitantes. Entre otras cosas por la influencia del núcleo urbano, donde se dispone de una mayor oferta de bienes y servicios destinados al deporte. Observando el gráfico se determina una inversión sin cambios perceptibles en este sector hasta el período 2013 – 2014, cuando obtiene sus peores resultados con cifras muy paralelas.

Pero no siempre el gasto de los hogares va asociado al número de habitantes del municipio, ya que, se descubre un aumento notable del gasto en territorios con menos de 10.000 habitantes a lo largo del 2008. Por una parte, los

ayuntamientos quieren consolidar su apoyo a los pequeños municipios. Estos cada vez sufren más pérdida de población dirigida hacia los grandes núcleos urbanos. De hecho, según el Instituto Nacional de Estadística, en 5.000 municipios analizados, 6 de cada 10 residen menos de 1.000 habitantes. Algunos territorios, como la Comunidad de Madrid, ya están intentando solventar este problema inyectando 800.000 euros que han sido aprobados en el último año, para reformar las instalaciones deportivas de los municipios más pequeños. Por otra parte, este año fue considerado para muchos, el mejor del deporte español. Una de las razones por las que se tiene en consideración este periodo, es por el gran éxito que tuvieron los deportistas españoles en las diferentes competiciones que se celebraron en este año, como la Eurocopa de fútbol o los Juegos Olímpicos, en los que obtuvieron 18 medallas.

4. Gasto medio vinculado al deporte, por edad



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: MECD. Explotación de la Encuesta de Presupuestos Familiares, Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Presupuestos Familiares. Base 2006.

En el gasto medio según la edad, el grupo de personas que menos deporte realiza y a la vez, el que menos invierte en el mismo, es el que se encuentra en los 65 o más años. A pesar de ser el grupo de edad más numeroso en España, son los que mayores dificultades encuentran a la hora de realizar ejercicio debido al desgaste físico derivado de su elevada edad. Aun así, tal y como se apreció en

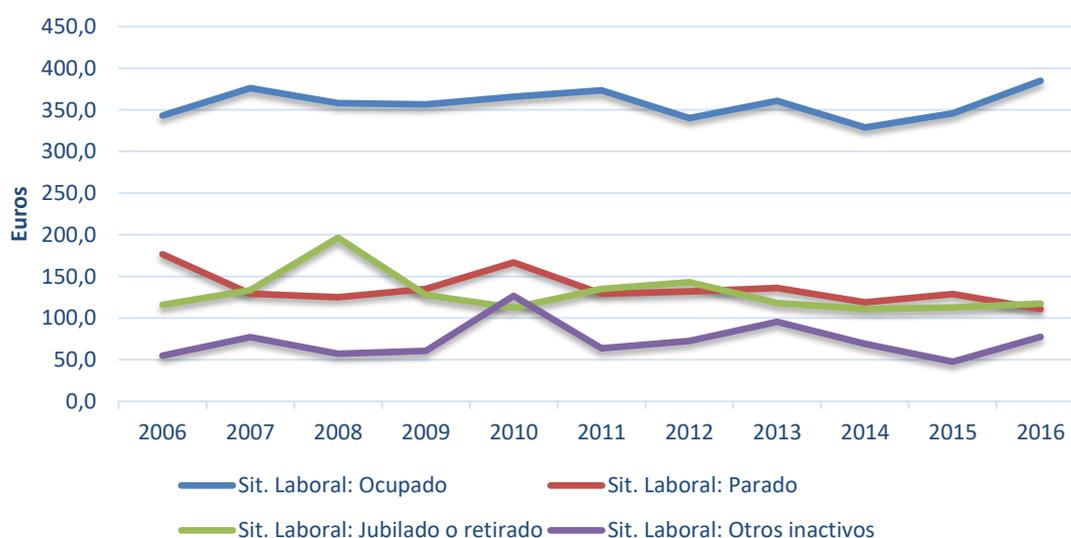
el primer punto, son recomendables 150 minutos semanales de ejercicio moderado sin llegar a intensificar el esfuerzo para evitar forzar el aparato cardiovascular.

Seguidamente se halla el rango de edad de los 16 hasta los 29 años, donde se entiende que, al comprenderse en este grupo menores de edad, el gasto producido en el ámbito deportivo será financiado en gran parte o en su totalidad por su tutor legal. De aquí se presume que el siguiente grupo de edad que más dinero invierte sea entre los 45 y 65 años, abanico de edad en el que mayor renta se obtiene después de los 65 en adelante. Además, teniendo en cuenta que la edad media de tener un hijo en España está a partir de los 30 años, estos últimos cuando estén aproximándose a su adolescencia tendrán unos padres que estén en el rango de edad mencionado, los cuales, como acabamos de analizar anteriormente, serán los responsables de los gastos de los jóvenes.

Por último, el sector que más se gasta en el deporte es el de los 30 a los 34 años, coincidiendo con el segundo grupo que más lo practica (el primero es de los 15 a los 24 con un 60% de deportistas activas) y gozan de una mayor capacidad económica.

5. Gasto medio en el deporte según la situación laboral del individuo

Gasto medio según situación laboral



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: MECD. Explotación de la Encuesta de Presupuestos Familiares. Encuesta de Presupuestos Familiares. Base 2006.

En vista al gráfico, se aprecia que prácticamente en todos los tipos de situación laboral se mantiene constante sin cambios significativos. Cabe destacar que el gasto medio efectuado por aquellos con una vida laboral activa es el que se encuentra en punto más elevado desplazándose en un intervalo desde los 340€ hasta los 390€.

Una de las ventajas de realizar deporte de habitualmente es que hace más productiva la actividad laboral. De hecho, esta afirmación viene dada desde los filósofos griegos los cuales mencionaban que el deporte nos hace más inteligentes con la frase: "Mens sana in corpore sano". Otra de las peculiaridades del deporte es que puede combatir estados mentales como la ansiedad y el estrés, dos condiciones que las personas sufren con gran frecuencia. De hecho, según un estudio de la Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida, el 59% de los empleados del país padece estrés en el trabajo. Por lo tanto, tal cohesión entre este destacado gasto y las condiciones en las que se encuentran los individuos ocupados laboralmente, se debe a la evasión y búsqueda de relajación.

Con todo ello, considerando que una persona efectúa un gasto medio de 11.726 € anualmente, se deduce que invierte en el deporte un 3,28% del total su gasto.

3.4. Gasto Público

3.4.1. Definición

Es la cuantía monetaria que deposita el sector público para desarrollar sus actividades.

En España, el gasto público ha sufrido, según un informe de la Intervención General de la Administración del Estado, un pequeño retroceso desde el año 2012 hasta el año 2017, quedando reflejado en el PIB en valores absolutos. En los inicios de dicho retroceso, el gasto público sumaba 500.177 millones de euros, mientras que en el 2017 se cerró el año con 478.126 millones de euros debido a los ajustes del gasto público que se implantaron en los años anteriores.

El gasto público en España en 2018 aumento un 4,47%, lo que se traduce en un incremento de 21.394 millones de euros, alcanzado un total de 499.520

millones. Esto supuso un 41,3% del PIB, mejorando los valores con respecto al 2017. Equiparándolo con la eurozona, es uno de los países con mayores problemas para resolver el déficit público. La raíz de dicha adversidad, se origina en los impuestos, siendo España el quinto país que menos ingresos públicos obtiene. La evolución que ha sufrido en comparación con el resto del territorio, ha compensado la balanza positivamente, pasando del puesto 12 hasta el 11 en la actualidad. El gasto público per cápita también sufrió un crecimiento hasta alcanzar los 10.689 euros por habitante. Según datos obtenidos por Eurostat, los recursos aportados por las administraciones publicas sumaron un 38,9% del PIB. Actualmente, solo se encuentran por detrás de España en el gasto público Eslovaquia Estonia, Letonia, Malta, Lituania e Irlanda, obteniendo esta última los peores resultados.

En referencia a la finalidad del gasto público, se establece que *“la actuación de los servicios públicos no solo ha de respetar la legalidad de la actuación y de sus procedimientos como un fin en sí mismo, si no que deben respetar también los principios de eficacia, eficiencia y de economía.”* (Delgado, 2009, p.2)

El gasto público enfocado al deporte en 2018 en España, se dividió en 303 millones de euros facilitados por la Administración Autonómica y 144 millones de euros por la Administración General del Estado. Estos datos consolidan un 0.03% y 0.01% respectivamente del Producto Interior Bruto. La administración local, sin embargo, produjo un gasto liquidado de 2.075 millones de euros, abarcando el 0.19% del PIB.

3.4.2. Análisis: tipificación del gasto público

1. Gasto liquidado por comunidades autónomas

Gasto liquidado en deporte por la Administración Autonómica por comunidades autónomas.



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: Ministerio de Hacienda y Función Pública. Estadísticas de Liquidación de los Presupuestos de las Comunidades Autónomas. Cuentas Generales de las Comunidades Autónomas

Cataluña es la comunidad autónoma que destaca a la hora de organizar eventos deportivos. A la cabeza se encuentra la ciudad de Barcelona con más de 23 eventos profesionales y 25 eventos abiertos a participar todo tipo de personas, atrayendo a un millón y medio de personas al año.

Entre los eventos con mayor prestigio destacan:

1. Gran premio de Cataluña del Mundial de Motociclismo en el Circuito de Montmeló.
2. Gran Premio de España de Fórmula 1 en el Circuito de Montmeló.
3. 24 horas de motociclismo de Barcelona.
4. Maratón del Mediterráneo.

A pesar de que el ayuntamiento de Barcelona ha intentado en varias ocasiones desvincularse de los pagos que todos los años que tienen que hacer

las administraciones, se estima que se produce un gasto público de 10 millones de euros por cada carrera de MotoGP que se organiza. Pero para su uso y disfrute, hay que mantenerlo, lo cual suponen 2,5 millones de euros al año. Es esencial mantener en buenas condiciones las pistas por su elevado uso, siendo el único circuito que da cabida a 3 competiciones (MotoGP, Fórmula 1 y Rally Cross). De hecho, es utilizado 318 días al año, de los cuales 247 eran destinados a cursos de formación y 71 para todo tipo de carreras. El canon a Dorna, la empresa organizadora del Gran Premio, es de 5 millones de euros por temporada, dejando un vacío económico de 20 millones tras la última remodelación que se llevó a cabo en el circuito. El único beneficio que absorbe la ciudad de Barcelona son los adquiridos a través de la venta de entradas para su posterior asistencia física.

El impacto económico que generan las competiciones a motor en este circuito, según la empresa DEP Institute realizado con datos del año 2015, rondan los 340 millones de euros, llevándose el Gran Premio de Moto GP 97 millones. Adicionalmente, este tipo de acontecimiento genera un alto nivel de espectadores que provienen de países de todo el mundo, provocando un flujo económico mayoritariamente originado en la hostelería. La estancia del público extranjero asistente asciende a 3,9 días, en los cuales hace un gasto medio de 500€.

En cuanto a la Fórmula 1, el impacto económico es de casi el doble con 163 millones de euros. Esta competición es la que agrupa a un mayor número de asistentes llegando a su pico más alto en 2007, cuando alcanzó el récord de 354.700 espectadores durante todo el fin de semana. Actualmente esa cifra se encuentra en decadencia con apenas 200.000 espectadores en las últimas ediciones. El gasto medio del público se duplica con respecto a la MotoGP siendo 1.000€ en los cuatro días de estancia en la ciudad.

La maratón del mediterráneo reúne anualmente a 3.636 inscritos de 34 provincias diferentes de la Península Ibérica, de los cuales solo un 76,83% llega a la meta. Una prueba que consta de 42km que se divide en dos vueltas de 21 km cada una. En esta carrera se genera un impacto económico de 1,5 millones de euros y, según los estudios más recientes, se logró un total de 8.000 usuarios que pasaron la noche en la ciudad. Este último dato se debe a que la mayoría de ellos aprovechó el encuentro turístico para llevar consigo a sus parejas y familias. Además, la asistencia como público de 50.000 personas también trajo consecuencias positivas para la hostelería y diferentes comercios de la zona.

Así pues, Cataluña invirtió en el último año 72,8 millones de euros que fueron destinados a:

1. Consell Catalá de l'Esport
2. Secretaría General del Deporte
3. Centro de Alto Rendimiento de Sant Cugat (CAR)
4. Instituto Nacional de Educación Física de Cataluña (INEFC)
5. Canal Olímpic
6. Circuito de Motocross de Catalunya

A pesar de que Cataluña, Andalucía y la Comunidad de Madrid son las comunidades autónomas que realizan una mayor inversión en el sector deportivo, no son las que más gasto efectuaron por individuo.

2. Gasto liquidado en el deporte por la administración de Castilla y León



Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: Ministerio de Hacienda y Función Pública. Estadísticas de Liquidación de los Presupuestos de las Comunidades Autónomas. Cuentas Generales de las Comunidades Autónomas

La Junta de Castilla y León publicó en el Boletín Oficial de Estado, el día 15 de marzo, las subvenciones que la Consejería de Cultura y Turismo que ofrecerá en el año 2019. Estas subvenciones suponen un 5% más que las proporcionadas en el año anterior y serán destinadas al deporte de la Comunidad

para ofrecer más y mejores recursos y para conseguir más competitividad en los federados de Castilla y León.

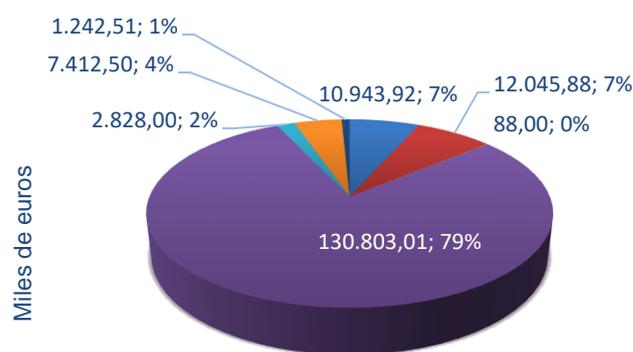
Los 3.165.000 euros irán destinados por otra parte, al fomento de la práctica del deporte con programas de iniciación mediante entrenamientos más técnicos, perfeccionamiento del ejercicio y para la celebración de concentraciones deportivas.

La distribución de las subvenciones otorgadas por la Junta de Castilla y León será la siguiente:

- 1.870.000 → para actividades federativas e inversiones realizadas por las 52 federaciones.
- 1.105.000 → para los 39 centros de tecnificación deportiva dirigidos a la formación de los deportistas.
- 190.000 → para sufragar los gastos de las concentraciones deportivas que se encuentren dentro del Programa Deporte Siglo XXI.

3. Gasto liquidado en el deporte por el estado según la naturaleza del gasto

Gasto liquidado por el estado según la naturaleza del gasto



- | | |
|-------------------------------------|--|
| ■ C.I Gastos de personal | ■ C.II Gastos corrientes en bienes y servicios |
| ■ C.III Gastos financieros | ■ C.IV Transferencias corrientes |
| ■ C.VI Inversiones reales | ■ C.VII Transferencias de capital |
| ■ C.VIII y C.IX Activos financieros | |

Fuente: Elaboración propia a través de datos del INE: Ministerio de Hacienda y Función Pública. Estadística de Liquidación de los Presupuestos y Cuentas Generales de las Comunidades Autónomas

Las transacciones corrientes son transacciones entre residentes y no residentes en los cuales una parte entrega recursos reales o financieros sin recibir a cambio ningún valor económico. A través de los últimos datos actualizados datados del año 2017, los presupuestos generales del estado, en la sección del ministerio de educación, cultura y deporte, se pueden seccionar dependiendo de su destino:

Comunidades Autónomas

Tabla 8: Transacciones corrientes por comunidades autónomas.

Deporte en edad escolar y en la Universidad		Miles de Euros	Fomento y apoyo de las actividades deportivas	
Universidades y entidades públicas para programas de apoyo científico el deporte y actividades afines	180		Universidades y entidades públicas para programas de apoyo científico el deporte	105
Actividades deportivas estatales en edad escolar	550		Actividades deportivas estatales en edad escolar	1.800
			Gastos de funcionamiento de centros de alto rendimiento y tecnificación	2.900

Fuente: Presupuestos Generales del Estado. Organismos autónomos. Presupuesto gastos.

Empresas privadas

Tabla 9: Transacciones corrientes por empresas privadas

Actividades deportivas estatales en edad escolar		Miles de Euros	Fomento y apoyo de las actividades deportivas	
Universidades y entidades privadas para programas de apoyo científico al deporte y actividades afines	20		Universidades y entidades privadas para programas de apoyo científico al deporte y actividades afines	45

Fuente: Presupuestos Generales del Estado. Organismos autónomos. Presupuesto gastos.

Familias e instituciones sin fines de lucro

Tabla 10: Transacciones corrientes por familias e instituciones sin ánimo de lucro

Actividades deportivas estatales en edad escolar		Miles de Euros	Fomento y apoyo de las actividades deportivas	
Federaciones deportivas españolas	1.150		Comité Paralímpico Español	230
Fundación Deporte Joven	150	Federaciones deportivas españolas y Comité Olímpico Español	52.005,51	
		Otras ayudas y subvenciones	230	
		Liga Nacional de Fútbol Profesional	30.375	

Fuente: Presupuestos Generales del Estado. Organismos autónomos. Presupuesto gastos.

Entidades Locales

Tabla 11: Transacciones corrientes por entidades locales

Fomento y apoyo de las actividades deportivas	
Diputaciones provinciales a través de sus respectivas comunidades autónomas en cumplimiento de las obligaciones derivadas de la ley	37.462,50
Ayuntamiento de Tarragona para los Juegos del Mediterráneo	3.750

Miles de Euros

Fuente: Presupuestos Generales del Estado. Organismos autónomos. Presupuesto gastos.

La contratación del personal se entiende como la formalización de un contrato acordado entre el empleador y el empleado, en el que se realizará un trabajo a cambio de una retribución económica estipulada. España ha cerrado el ejercicio el último año con un total de 214.500 personas que trabajan en el sector deportivo, suponiendo un 8,5% más que en el año 2017. Con ello, se explica los 10.943,92 €, abarcando un total del 7% del gasto liquidado en deporte, que se emplearon para la contratación del personal.

3.4.3 Eventos deportivos más relevantes en España

Además de las dos competiciones del motor que se celebran en el circuito Montmeló de Barcelona, los eventos que mayor repercusión causan en la península ibérica son:

Andalucía Valderrama Masters

Este evento de golf tendrá lugar el 27 de junio de 2019 en San Roque, Cádiz. El torneo andaluz albergará a la élite europea del golf en uno de los mejores campos a nivel mundial. Serán unos 150 participantes los que se enfrentarán para optar por el primer puesto en una competición que cuenta con más de 2 millones de euros en premios.

Pertenece a European Tour; un circuito de golf europeo destinado a profesionales del golf masculino que jugarán en diferentes países europeos, aunque se ha expandido a países como Asia, China y Marruecos; este torneo ha recibido la mayor inversión de los últimos años. Gracias al respaldo de la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, se ha conseguido una mayor inversión en las instalaciones, con un presupuesto de 3 millones de euros, para convertir este campo en uno de los más competitivos del mundo.

Esta actividad recibe la visita anual de 480.000 turistas, dando lugar a 4.400 nuevos puestos de trabajo directos. El gasto promedio de los visitantes de 130 euros diarios en los 11,4 días de media que estarán alojados en Cádiz. Además, para mejorar y alargar la vida de este torneo, ha surgido la idea por parte del RC Valderrama de buscar un socio o patrocinador principal que pueda otorgar su nombre al evento, por aproximadamente un valor de 4 millones de euros. Por último, debido a la alta relevancia de Andalucía Valderrama Masters en el sector del golf, su valor económico asciende a 5 millones directos, y unos 31 millones de euros de forma indirecta.

Vuelta ciclista a España

Originada por ciclistas en Madrid en el año 1935, se ha convertido en uno de los mayores acontecimientos ciclistas de todos los tiempos. En sus inicios, los participantes recorrían un total de 3.425 km con 14 etapas, de las que 10 de ellas superaban los 250 km. En la última edición celebrada en 2018, se inscribieron 218 participantes agrupados en 22 equipos, los cuales hicieron 21 etapas con un máximo de 200 km por etapa. El recorrido abarcaba desde la ciudad de Málaga en la primera etapa, hasta Alcorcón en la última.

Según un estudio de Kantar Media, el impacto económico que ha ocasionado a España en el año 2018 ha sido de 93.481.825 € y 1.300.000 a la ciudad de Granada. Son 4.200 las personas que se desplazarán produciendo un gasto medio de 300 € por persona y jornada. Además, tiene una repercusión mediática digna de admirar, con una cobertura informativa de casi 400 medios de comunicación en 188 países diferentes, consiguiendo una media diaria de 1,55 millones de espectadores.

En la edición que se celebrará en 2019, se espera que aporte a la ciudad de Alicante un impacto económico directo de 1.200.000 €. En consecuencia, las pernoctaciones durante la estancia de los turistas aumentarán en 1.800 camas por noche. El presupuesto destinado a la Vuelta será más de 15 millones de euros,

queriendo conservar o mejorar su segundo puesto en pruebas ciclistas más vistas en el mundo.

Mutua Madrid Open Tennis

En sus inicios, Masters de Madrid fue un torneo de tenis que se celebraba desde el 2002 anualmente en el estadio Madrid Arena. A partir del 2008, pasó a formar parte del ATP World Tour Masters 1000, siendo el cuarto en celebrarse del circuito masculino de la ATP; e incluyéndose en el circuito femenino como WTA Premier Mandatory. Además de este importante cambio en su estructura interna, su nombre oficial se mantiene como Mutua Madrid Open, disputándose en este caso en el pabellón Caja Mágica.

En la rama masculina, desde el 2009 se disputan los partidos sobre una superficie denominada tierra batida. Esta es utilizada sobre todo en Europa y América y es característica del torneo parisino Roland Garros, siendo el único torneo de Gran Slam que se realiza sobre el polvo rojo.

Como peculiaridad, es el único torneo que se ha cambiado de ubicación, habiendo pasado por ciudades como Estocolmo, Essen y Stuttgart. En sus orígenes, los partidos se disputaban sobre una moqueta sintética, la cuales se diferencian de las de tierra batida en que son más rápidas. Esto quiere decir, que el bote que efectúa la pelota es más bajo, pero a su vez más rápido.

Capítulo 4: Temas especiales de gran relevancia en el deporte

Una vez analizado el deportivo y los sectores en los que incide, se ha determinado el gran impacto económico causado en el territorio, tanto directo como en el entorno en el que se concibe su práctica. Adicionalmente, el desarrollo tecnológico que acoge la sociedad del siglo XXI, ha facilitado que la actividad deportiva se haya expandido tan rápidamente por todo el mundo y cada vez sean mayores las inversiones que se realizan para atraer la atención de los consumidores deportivos activos o pasivos. Por ello, sería de gran interés revelar ciertos datos a través de un estudio sobre los eventos que albergan mayor cantidad de seguidores y que ayudan al entendimiento de la repercusión ocasionada en países internacionales.

4.1. Eventos deportivos internacionales

Tour de Francia

El Tour de Francia es una de las carreras profesionales de mayor categoría del ciclismo. Es la más antigua, disputada por primera vez en 1903 y es considerada la más importante, destacando sobre el Giro de Italia y la Vuelta a España. Se celebra en el mes de julio a través de la geografía francesa por etapas. La celebrada en el año 2018 tuvo una distancia total de 3351 km y participaron 176 ciclistas agrupados en 22 equipos. A consecuencia de su gran repercusión mediática, es retransmitido en 190 países y es visualizado por una media de 3.500 millones de personas. A ello se le suman los 12 millones de espectadores que esperan ansiosos en el arcén de la carretera para ver a sus deportistas favoritos.

Los beneficios que pueden llegar a acumular, rondan los 150 millones de euros en ventas. Además, a pesar de que cada municipio por el que pasa la ruta del Tour tiene que abonar 60.000 €, todos los años es disputado por 200 municipios que tendrán la suerte de haber sido elegidos. Gracias al estudio diseñado por Kantar Media al británico Chris Froome, se conoce el impacto

internacional surgido a raíz de la competición por el ganador del Tour de Francia en el 2015, uno de los años que más auge sufrió:

- Fuera del territorio francés, fueron publicadas 1.805 noticias que atrajeron 792.543.300 visualizaciones generando un valor económico de 9.630.836 €. De estas, un 61,88% fue generado por Internet y el 38,11% restante por la prensa escrita. Posee un valor publicitario en países como Italia de 24,5 millones.
- En Francia, casi duplicó el número de noticias con 4.251 que llegaron a 405.126.723 generando unos ingresos de 24.553.574€. El valor que aporta la publicidad en Francia es de 3,5 millones.

Mundial de Rugby de Japón

La Copa del Mundial de Rugby se celebrará en el 2019 en Japón, según la reunión celebrada en 2009 por la International Rugby Board (IRB) en Dublín. Es una competición que se celebra cada 4 años desde finales de los 80. Se determinará mediante 4 grupos, en los cuales se disputarán el primer puesto en la tabla entre los mismos del mismo, consiguiendo la clasificación para la siguiente ronda.

En el ámbito económico, el evento que se inaugurará el 20 de septiembre de este año, el gasto en infraestructuras e instalaciones según el estudio generado a petición de la Federación de Rugby por EY suma gasto total de 3.385 millones de euros y espera generar un valor económico de 1.470 €. A lo largo de los 44 días que dura el evento, se pretende una asistencia de 400.000 aficionados que se desplazarán desde países externos, generando todo ese turismo deportivo un valor aproximado de 850 millones de euros en los gastos ocasionados tanto en el viaje como en el alojamiento. En el impacto laboral, se cree que las actividades relacionadas darán lugar a la creación de 25.000 empleos.

Super Bowl

Este es el nombre con el que se denomina al último partido celebrado del campeonato de fútbol americano de la National Football League (NFL). Celebrado el primer domingo del mes de febrero (el próximo se celebrará el 2 de febrero de 2020), se disputan el primer puesto los ganadores de la Conferencia Nacional (NFC) y de la Conferencia Americana (AFC). Este evento surgió el 15 de enero de 1967, como consecuencia de un acuerdo entre las dos conferencias antes mencionadas, para decidir quién sería el campeón indiscutible de Estados Unidos.

Los anuncios establecidos durante esta franja temporal son los más caros de todo el año y en sí, el día es considerado como fiesta nacional para los estadounidenses. Todo ello acarrea uno de los mayores gastos en comida y en bebida, exceptuando el Día de Acción de Gracias, que se realizan anualmente. Entonces, se puede deducir el gran impacto económico que genera. El Super Bowl LII (celebrado en 2018) produjo un gasto en la ciudad de Minneapolis de 404,5 millones de euros, de los cuales 332 fueron invertidos directamente en el juego y el resto ocasionados por la publicidad y la organización. Además, el impacto económico causado en términos de PIB fue de 360 millones de euros.

El turismo, como se ha dicho anteriormente, es uno de los factores más importantes en este evento. Minneapolis recibió la visita de 124.920 personas, siendo el 47% de ellas poseedoras de la entrada, 30310 eran considerados turistas y el resto se reparte entre empleados, equipos de la NFL y periodistas. La estancia en la ciudad del estado de Minnesota era de 3,9 días de promedio, generando una inversión de casi 250 millones de euros. Cada persona tuvo un gasto medio de 550 euros al día que se desglosan en: 30,1% de hospedaje, 22,6% de alimentación, 15,8% de medios de transporte, un 12,7% de actividades de entretenimiento, un 10,5% del comercio del territorio y el resto de gastos más insignificantes se derivaron del transporte aéreo y otros. Los habitantes de México también son fieles seguidores de la competición, generando un impacto de aproximadamente 70 millones de euros.

4.2. Juegos Olímpicos

Tras la etapa de decadencia de los Juegos Olímpicos sufrida en el s.II a. C. por la Conquista de Grecia a manos del emperador Alejandro Magno, el historiador Pierre Fredy decidió lugar por revivir el espíritu de los Juegos Olímpicos. El país seleccionado para la primera edición ubicada en el año 1900, fue la capital de Francia, París. Sin embargo, a raíz de la propuesta del primer presidente del Comité Olímpico Internacional, Demetrius Vikelas, se determinó que, como homenaje a la tierra madre de las Olimpiadas se celebrarían en Grecia 4 años antes.

A lo largo de los últimos años, el COI ha tenido que adaptarse al importante desarrollo tecnológico que ha posibilitado una mejoría de los factores productivos, proporcionando una mayor eficiencia con los mismos recursos. Estos

eventos requieren de recursos fomentados por el sector público que, a su vez, generarán otros recursos públicos. Normalmente dichas aportaciones, aumentan con respecto a las estimaciones propuestas inicialmente.

Por lo general, el impacto económico generado produce que las ciudades quieran presentarse como candidatas para que en ellas se alberguen los Juegos Olímpicos. Los efectos positivos que influyen a largo plazo, inciden principalmente en el incremento exponencial del turismo, rehabilitación de las infraestructuras más dañadas para conseguir mejorar la imagen del país, aumento de las exportaciones del país anfitrión, oportunidades para atraer la atención de grandes inversores. Pero según las conclusiones otorgadas por multitud de economistas, ninguno de estos argumentos concuerda con la realidad. Según dice Mark Perryman en el año 2012 en el título de su libro: *“Why the Olympics aren’t Good for us”*. En las últimas ediciones de los Juegos Olímpicos, los países han tenido que desembolsar tal cantidad de dinero para sufragar los costes, que han desencadenado una serie de marcados déficits económicos. Una de las peores situaciones fue la vivida en los Juegos de la XXI Olimpiadas de Montreal, Canadá, con una deuda de un billón y medio de dólares. A pesar de la perseverancia de los países organizadores en exponer la multitud de supuestos beneficios, se ha demostrado que en casos como el de 1976, con una inversión directa de 400 millones de euros y una inversión indirecta relacionada con el entorno de los Juegos de 2750 millones de euros, no solo no mejoró su situación económica, sino que se empeoró drásticamente. En las últimas cuatro décadas; a excepción de los disputados en la ciudad de Los Ángeles, Estados Unidos, que recibió el mayor incremento, con más del doble del PIB durante los Juegos Olímpicos equiparándolo con el pasado año; la inestable situación se ha repetido con puntuales recuperaciones.

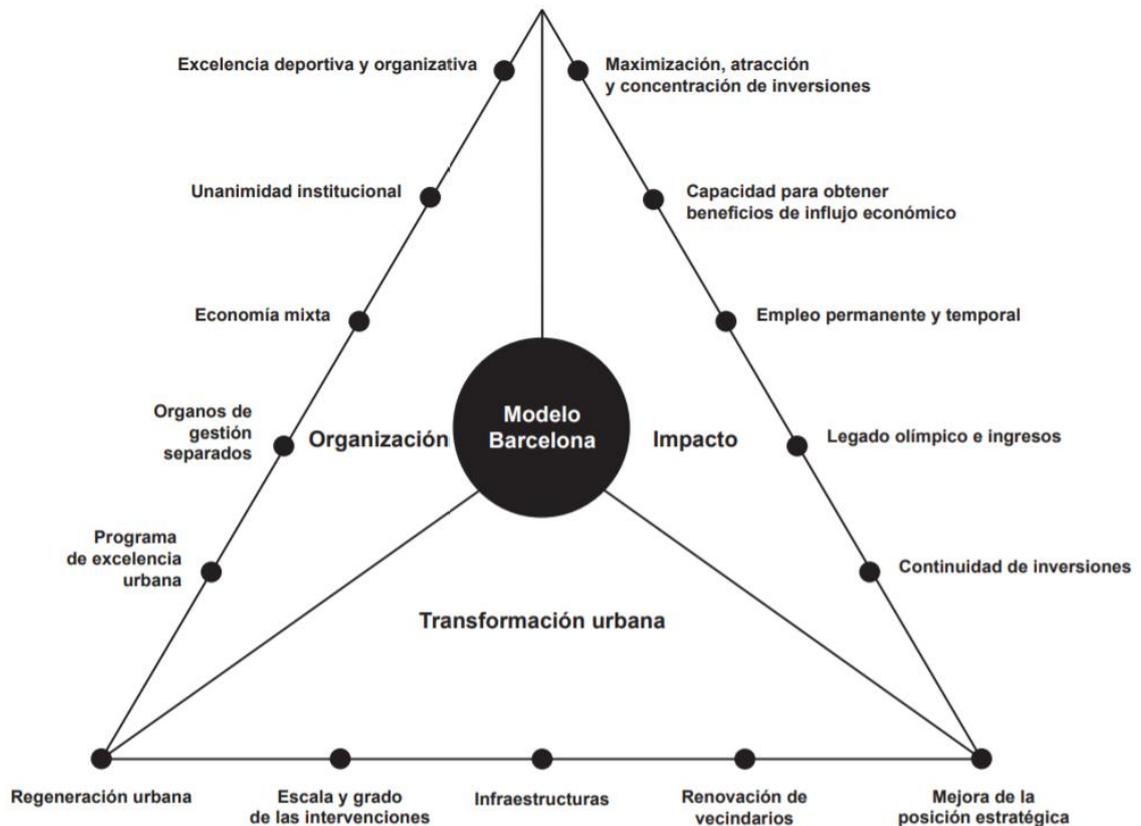
Juegos Olímpicos de Barcelona

Junto a las Olimpiadas de Los Ángeles, las realizadas en la ciudad de Barcelona en 1992 fueron los únicos eventos en los que se considera que hubo un rotundo éxito en la organización del mismo y en el sector económico. La clave que permitió la brillante actuación de los organizadores del evento, fue la preparación de 10 años previos a su desarrollo.

Según la situación vivida en el territorio catalán, antes y después de los juegos, Brunet (2012) concluyó que:

“Cuando empezó la candidatura en 1981, y hasta 1986 en que se decidió, Barcelona era una ciudad con una crisis importante por la deslocalización de la industria hacia el área metropolitana. Desde el punto de vista organizativo, con la excusa de los juegos se hicieron las cosas muy bien y se consiguió atraer importantes inversiones, públicas, y sobre todo privadas.”

Ilustración 1: Modelo utilizado en las Olimpiadas de Barcelona.



Fuente: Brunet (1994 – 2009)

Los excelentes resultados fueron obra del denominado “modelo Barcelona”, con su ya mencionada meticulosa organización y la gran transformación urbana. Las obras que se llevaron a cabo principalmente, se centraron en: infraestructura de viabilidad y transporte; viviendas, oficinas y locales; telecomunicaciones y servicios, equipamiento hotelero, equipamiento deportivo e infraestructura medioambientales. Tras un minucioso análisis del conjunto de los Juegos Olímpicos, el profesor titular del Departamento de Economía Aplicada, Ferrán Brunet, planteó que se produjo un impacto económico en el año 1992 Barcelona de 17,65 millones de euros, cifra que equivale al 0,03% del PIB. Las inversiones olímpicas fueron destinadas en un 62% a obras civiles,

priorizando la imagen de la ciudad y buscando un impacto a largo plazo. Sin embargo, el antiguo jefe de investigación y formación del Centro de Estudios Olímpicos, Chris Kennett, confirmó que un 36,9% de las obras que se realizaron fueron por iniciativa privada, dejando un 33,33% financiado con capital extranjero.

A consecuencia de la repercusión del evento, el número de personas en desempleo se redujo desde las 127.774 en 1986 hasta las 60.885 en 1992, llegando a su máximo en la historia catalana. La tasa de desempleo durante el desarrollo de los Juegos Olímpicos cayó hasta el 9,6%, un 5,9% que en el resto de España. Tras acabar, esta cifra aumento hasta las 20.000 que se encontraron en el paro, recuperándose en el 1994, año en el que se volvió a crear empleo.

El impacto causado por el turismo, fue uno de los efectos positivos más notorios durante y tras los Juegos Olímpicos del 92'. En 1990 disponía de un total de 1,7 millones de turistas y en el año 2005, esa cifra alcanzó los 5 millones de extranjeros en la ciudad, obteniendo una balanza positiva en la economía local.

Sin embargo, estas inversiones y beneficios que parecen arraigados a la ciudad protagonista, Barcelona, se caracterizan por una clara descentralización de sus inversiones localizándose en diversas subsedes olímpicas. De hecho, el 38,5% se destinó a la ciudad de Barcelona y el resto de inversiones se produjeron en las regiones del perímetro.

Conclusión

El deporte ha estado presente en el proceso evolutivo que ha sufrido el ser humano desde sus orígenes. A medida que la humanidad se fue desarrollando como una sociedad civilizada, las creencias arraigadas a la cultura se modificaron en concordancia a las necesidades de los diferentes estilos de vida del momento. La forma de cazar de animales y la recolecta de los vegetales no era una exigencia para cada individuo, convirtiéndose en una actividad cada vez más industrializada por las facilidades aportadas por el progreso tecnológico. Por consecuencia, la condición física ya no era una exigencia para subsistir.

El cambio de mentalidad arraigado a los hábitos de vida, ha hecho del deporte una forma de ocio y de entretenimiento. Las personas lo practican para conseguir mejorar sus aptitudes deportivas y despuntar en competiciones generadas para demostrar las capacidades adquiridas. Estas actividades, cada vez son más demandadas por la sociedad, que las solicita para evadirse y poder disfrutar de un momento agradable.

Tal ha sido la repercusión provocada por ese tipo de acontecimientos, que en pleno siglo XXI es necesario el abono de una cantidad determinada de dinero estipulada por la empresa organizadora, para poder disfrutar de estos de eventos. Debido a la existencia de un organismo que absorbe una cantidad determinada de beneficios, los practicantes de la actividad física, también denominados profesionales del deporte, reciben una remuneración por ejercitar su cuerpo antes multitudes de personas. Esta metamorfosis del deporte se puede explicar situándose en el año 82 d.C, con el Coliseo de Roma, que podía albergar a una cantidad de 50.000 personas, a diferencia del presente, con estadios que acogen hasta 150.000 espectadores.

Los beneficios del deporte están arraigados a la cultura actual, produciendo una concienciación de las masas inculcada desde edades tempranas del sujeto. En consecuencia, el intenso consumo de dichas actividades ha despertado el interés del estado, el cual se ha convertido en uno de los mayores partícipes de la expansión de los beneficios del ejercicio físico destinando grandes cantidades monetarias para la divulgación de información. A su vez, ha implantado en el marco legislativo una serie de leyes las cuales obligan a impartir

los conocimientos relacionados y a la práctica deportiva en los centros de enseñanza, reflejando el peso cada vez mayor que ejercen las actividades físicas.

Por lo tanto, el deporte como actividad, también ha incidido de una manera notoria en el campo consumista. Se genera un proceso en cadena: la sociedad demanda un tipo de bien y/o servicio, ya sea la visualización de un acontecimiento deportivo o la propia práctica del deporte, y todos los productos necesarios para la correcta puesta en marcha del ejercicio; el estado, que busca invertir en eventos que tengan una repercusión sobre sus habitantes y un impacto en la economía del país; y las empresas privadas, las cuales se centrarán en satisfacer las necesidades de la población intentando obtener el máximo beneficio de los bienes y/o servicios producidos. Al tratarse eventos que mueven a tal cantidad de individuos, el esfuerzo por atraer a una mayor demanda se incrementa cada año. Esto se traduce en la creación de multitud de puestos de trabajos, normalmente temporales, dando lugar a un descenso de las tasas de desempleo y un aumento de la productividad. El estado, por su parte, realiza una financiación, denominada financiación pública, que ayuda al correcto desarrollo del espectáculo facilitando a las empresas privadas la ejecución del mismo, disponiendo así de un mayor margen económico.

Esto repercute notablemente sobre la economía española, ya que tanto la inversión privada como la inversión pública genera de vuelta beneficios al país. Aún así, no solo se deben tener presentes los generados de forma directa, pues en la mayoría de los casos, son las inversiones indirectas las que aportan mayores rendimientos económicos. Los organizadores de eventos se lucran principalmente de la venta de entradas y de los gastos ocasionados dentro del recinto. Sin embargo, los espectadores que no residan en el territorio, deberán afrontar diferentes desembolsos destinados fundamentalmente a la alimentación, al transporte público y alojamiento. Por ende, es de gran relevancia que el estado priorice la mejora de las infraestructuras de la periferia con la finalidad de establecer una relación a largo plazo con los consumidores de estos tipos de acontecimientos, y no solo centrando la financiación a la organización del mismo.

Bibliografía

- Abad, M. Á. (5 de Julio de 2018). *Nike: Una de cal y otra de arena*. Obtenido de The Luxonomist: <https://bit.ly/2Kv0iz7>
- Alvez, R. A. (5 de Abril de 2017). *El deporte y las apuestas en el proyecto de presupuestos del Estado para 2017*. Obtenido de Iusport: <https://bit.ly/2KUndmc>
- Bernabé, D. (29 de Julio de 2015). *Impacto mediático de los principales ciclistas*. Obtenido de Kantar Media: <https://bit.ly/2lj5zai>
- Buezo, D. R. (2 de Noviembre de 2016). *La economía del deporte en España*. Obtenido de Deporadictos: <https://bit.ly/2ljVWI8>
- Casino, A. V. (2012). La ocupación efectiva: Tratamiento del Derecho español y especial relevancia en el ámbito del deportista. *Revista Aranzadi de derecho de deporte y entretenimiento*, 361-369.
- Colao, M. A. (Marzo de 2018). El trabajo de los deportistas menores de edad. Madrid. *Revista Española de Derecho del Trabajo*, 1-12. Obtenido de Revista Española de Derecho del Trabajo.
- Cortés, Y. (6 de Noviembre de 2018). *Impacto generado por la NFL*. Obtenido de El Economista: <https://bit.ly/2KIFtp7>
- Cruzado, V. (15 de Septiembre de 2018). *Gasto de los hogares en el deporte*. Obtenido de Expansión: <https://bit.ly/2pgXU1H>
- Cultura y deporte*. (s.f.). Obtenido de Ministerio de Educación y Deporte: <https://bit.ly/2MOcegJ>
- Datosmacro*. (s.f.). Obtenido de <https://bit.ly/2KkcceE>
- Desigualdad salarial en el deporte*. (16 de Junio de 2019). Obtenido de Infobae: <https://bit.ly/2KIUMhQ>
- Empleo generado por la industria deportiva*. (29 de Enero de 2019). Obtenido de Palco23: <https://bit.ly/2ZrMrRQ>
- Espejo, M. (3 de Enero de 2019). *Los 10 eventos deportivos que no te puedes perder en el 2019*. Obtenido de ABC Deportes: <https://bit.ly/2TXaJlL>

- Estrada, Á., García-Perea, P., & Izquierdo, M. (2004). *Los flujos de trabajadores en España: el impacto del trabajo temporal*. Obtenido de Banco de España: <https://bit.ly/2XYA3nv>
- García, J. (2019). *Papeles de economía española*. Madrid: Funcas.
- Gorroño, M. E. (Julio de 2003). *La investigación de la cultura física de las civilizaciones antiguas: reflexiones y propuestas en una aproximación a la antigua civilización cretense*. Obtenido de Revista Digital Efdeportes: <https://bit.ly/2MOanbL>
- Gutiérrez. (1995). *Valores sociales y deporte. La actividad física y el deporte como transmisores de valores sociales y personales*. Madrid: Gymnos.
- Gutiérrez, M. C. (2013). *Análisis y desarrollo del impacto económico de los Juegos Olímpicos*. Ciudad Real: Facultad de Derecho y Ciencias Sociales.
- Impacto económico del deporte en España*. (7 de Junio de 2018). Obtenido de Palco23: <https://bit.ly/31B19D3>
- Instituto Nacional de Estadística*. (s.f.). Obtenido de <https://bit.ly/2yhicNp>
- La actividad física aumenta la esperanza de vida*. (6 de Noviembre de 2012). Obtenido de La Vanguardia. Sanidad: <https://bit.ly/2WHwiRD>
- La vuelta*. (2018). Obtenido de <https://bit.ly/2RhEA1D>
- López, P. (28 de Junio de 2018). *Asistencia en España a eventos deportivos*. Obtenido de Palco23: <https://bit.ly/2wZ1r90>
- López, P. (11 de Enero de 2018). *El gasto público en el deporte*. Obtenido de Palco23: <https://bit.ly/2mrEwxZ>
- Lucas, H. d. (28 de Octubre de 2017). *Deporte en las mujeres*. Obtenido de El mundo: <https://bit.ly/2Dqktb8>
- Mendell. (1986). *Historia Cultural del Deporte*. Barcelona: Bellatierra.
- Navas, F. G. (2014). *La economía del Deporte en Andalucía 2014: Impacto económico*. Andalucía: Analistas Económicos de Andalucía.
- Parrilla, A. (11 de Septiembre de 2014). *Deporte y salud: la actividad física, decisiva para equilibrio mental y bienestar*. Obtenido de EFE: Salud: <https://bit.ly/2AyMEGE>
- Pérez, M. J. (29 de Diciembre de 2014). *2014, un antes y un después en la economía española*. Obtenido de ABC Economía: <https://bit.ly/2lnS2OR>

- Pinasa, V. G. (Julio de 2011). *Deporte y empleo en España: dificultades de estudio y de intervención*. Galicia: Revista Española de Educación Física y Deportes. Obtenido de Revista Española de Educación Física y Deportes.
- Polítias Europeas Comunes*. (s.f.). Obtenido de TodoFP. Ministerio de Educación y Formación Profesional: <https://bit.ly/31Dtvvf>
- Presupuestos Generales del Estado*. (2017). Obtenido de Ministerio de educación, cultura y deporte: <https://bit.ly/2RjJafE>
- Ranking empresas deportivas*. (s.f.). Obtenido de elEconomista: <https://bit.ly/2XhoESh>
- Recio, G. G. (17 de Octubre de 2018). *Palco23*. Obtenido de <https://bit.ly/2Xhfbud>
- Rugby World Cup 2019 Noticias*. (2015). Obtenido de Rugby World Cup: <https://bit.ly/2KTPw4v>
- Salarios en el sector deportes*. (2019). Obtenido de Deportes Ciudad: <https://bit.ly/2IRgXZQ>
- Salinas, A. V. (2014). *Impacto económico para un país de albergar unos Juegos Olímpicos*. Madrid: Universidad Pontificia de Comillas.
- Sánchez, F. R. (3 de Octubre de 2018). *El trabajo de los menores en el deporte*. Obtenido de lusport: <https://bit.ly/2XQBB2H>
- Sánchez-Silva, C. (11 de Octubre de 2018). *El País*. Obtenido de <https://bit.ly/2ljqyc>
- Sanz, R. P., & Insúa, J. A. (2003). *El impacto del deporte en la economía: problemas de medición*. Valladolid: Revista asturiana de economía.
- Soria, F. (21 de Diciembre de 2015). *La práctica deportiva crece desde 2010*. Obtenido de Marca.com: <https://bit.ly/2liA4wS>
- Soto, C. Á. (2009). *Del deporte a la sociedad: sobre valores y desarrollo del ser humano*. Almería: Jornadas para Formadores de Deportistas en Edad Escolar.
- V.Gómez, M. (4 de Enero de 2018). *El País*. Obtenido de <https://bit.ly/2AzRluy>