

## COMPETICIONES

# Más allá del 'boom': cómo el deporte debe encarar la recuperación

Directivos de fútbol, rugby y retail, un experto del sector y una representante del sector público han participado en la última mesa redonda de Sports Business Meeting.

Palco23  
5 nov 2020 - 19:18



Un sector estratégico y con potencial de crecimiento. Este uno de los mensajes en los que han coincidido hoy los participantes en la mesa redonda que ha puesto punto y final a Sports Business Meeting. Los ejecutivos y expertos han destacado que el deporte debe mirar hacia el futuro y han reclamado a las administraciones que le den la relevancia que tiene desde el punto de vista de la salud, la sociedad y la economía.

David Meire, presidente de Hurley en Europa, ha recordado una frase que le dijeron hace veinte años, cuando comenzó su carrera en Nike. “El sexo, el deporte y la música son las tres cosas que mueven a la juventud, y la juventud es un sector de futuro –ha sostenido-; y creo que hoy eso es más realidad que cuando yo comencé mi carrera”. “Somos unos afortunados los que nos dedicamos al deporte”, coincidió Susana Closa, gerente del instituto municipal Barcelona Deportes.

Con todo, el sector también se ha visto fuertemente impactado por la crisis. “La pandemia nos ha hecho retroceder de un momento dulce que estábamos viviendo

, tanto como consumo como servicio”, ha apuntado Closa.

“El rugby estaba en una situación de crecimiento continuo y la pandemia lo ha frenado en seco”, ha coincidido Alfonso Feijoo, presidente de la Federación Española de Rugby (FER). Algo diferente es el caso del fútbol. Patricia Rodríguez, directora general del Elche CF, ha opinado que “somos unos privilegiados dentro del sector, porque estamos pudiendo trabajar con cierta normalidad, aunque no tener público en los estadios se está notando”.

## **Los ponentes han coincidido en que la pandemia ha acelerado la práctica deportiva pero que el sector tiene un gran potencial más allá de la coyuntura**

Junto con el golpe económico, la pandemia también ha supuesto una aceleración de otras tendencias que estaban en marcha y ha introducido algunas nuevas, como el componente social incluso en deportes individuales, como el ciclismo o el *running*.

“Lo que todos pensábamos que iba a pasar entre cinco u ocho años ha pasado en unos meses –opinó Meire-; la aceleración se está produciendo en dos avenidas: la digitalización y la concentración de los agentes de distribución”.

Esta aceleración, apuntó Closa, obliga también a impulsar la adaptación de las ciudades. “La pandemia nos hace vivir de otra manera y debemos adaptarnos y ser también elementos tractores de la recuperación tanto social como económica”, ha señalado.

La pandemia también ha acelerado la práctica deportiva, aunque todos los participantes coincidieron en que no se trata de una moda. “Ha habido gente que no tenía interiorizado el hábito de practicar deporte y lo ha encontrado ahora –ha apuntado Rodríguez-; y no es tan fácil desengancharse de un hábito que te genera ese bienestar”.

“No es tanto cuando nos vamos a recuperar, sino cómo vamos a estar entonces”, ha apuntado Viñas

“El peso del deporte en el gasto es mayor que hace un año y quizás sea menor en el futuro, pero no es una moda, está aquí para quedarse”, ha coincidido Meire. “Le queda un cierto periodo de crecimiento, otra cosa será la riqueza disponible, que está vinculada a los ciclos económicos”, ha señalado Jordi Viñas, socio director de Itik Consulting Sport&Leisure.

¿Cómo se gestiona en un entorno tan incierto? Para Viñas, la clave es dejar de pensar en el pasado y gestionar focalizándose en lo que está por venir. En opinión del experto, el deporte se ha focalizado tradicionalmente en la misión y “quizás ha faltado un poco de visión”. En esta nueva etapa, el ejecutivo cree que será fundamental la colaboración público-privada. “No hay otro sector en el que convivan de esta manera el sector sin ánimo de lucro, el sector con ánimo de lucro y el sector público”, ha señalado.

¿Y el día después? La mayoría coincidieron en que no importa tanto cuándo llegará la recuperación sino cómo llegara hasta allá y cómo encarar la nueva etapa. “Es evidente que no será una V, ojalá lo fuera”, ha señalado Closa. “El problema ahora es la gran incertidumbre tanto para las empresas como para el consumidor”, ha añadido.

**“Al Gobierno le pido que nos trate como una industria, que es lo que somos, y cierta libertad para poder crecer”, ha reclamado Rodríguez.**

“No es tanto cuando nos vamos a recuperar, sino cómo vamos a estar entonces”, ha apuntado Viñas. “Siempre que tengas el músculo para aguantar”, ha apostillado Feijoo. “Si la recuperación de las empresas será dentro de un año, nos llegará a los clubes con cierto retraso, y eso hará el agujero mucho más grande”, ha añadido. En el rugby, en particular, muchos clubes federados viven de la formación. Eso, opina Feijoo “se recuperará más pronto que tarde, porque los padres somos los primeros interesados”.

Otra opción para encarar esa recuperación es buscar nuevas fórmulas de ingresos: “en el momento en que los clubes sepan crear contenido relevante en torno a cosas más allá del partido, la gente lo consumirá y entonces podrá monetizarse”, ha opinado Meire.

Mientras que la digitalización será una de las tendencias que permanecerán, otras como el deporte en casa quizás no tengan recorrido más allá del confinamiento, coincidieron los directivos. “Uno de los motivos es que en casa no existe el factor social”, ha opinado Viñas.

Para Meire, es una cuestión de grados “quizás las ventas de rodillos bajen, pero continuarán siendo cinco veces más que antes de la pandemia; estos hábitos bajarán pero no al 100%”, ha apuntado. “Habrá un equilibrio, como en todo: cuando todo el mundo hacía *running* nacieron muchas aplicaciones y muchas de ellas ahora se están liquidando”, ha señalado Rodríguez.

El papel de la Administración

¿Qué puede hacer el Gobierno para apoyar al negocio del deporte? “Que nos trate como una industria, que es lo que somos, y cierta libertad para poder crecer”, ha reclamado Rodríguez.

Feijoo, por su parte, ha reclamado “que incrementara la ayuda a la industria del deporte: eso tendrá una repercusión directa en la salud del ciudadano, y el ahorro indirecto que va a producir en la sanidad revierte a su vez en la ciudadanía”.

Viñas ha subrayado el peso que el deporte tiene en la economía: “tiene más peso que el sector del automóvil, pero está tan atomizado que no tiene tanta repercusión”. “No se habla del sector del deporte; el de la cultura está agrupado y sale con una única voz, el deporte no, así que no contamos”, ha coincidido Closa.

Sports Business Meeting es el primer gran evento del negocio del deporte después del estallido de la pandemia. A lo largo de tres días y en formato digital, Sports Business Meeting abordará cómo debe reconstruirse el sector bajo el lema *Show must go on: el espectáculo del deporte tras el Covid-19*. El encuentro está organizado por Palco23 con el apoyo del Ayuntamiento de Barcelona y LaLiga y que cuenta con el patrocinio de CaixaBank y Johan Cruyff Institute. El diario Mundo Deportivo es *media partner* de la jornada.