

ENTORNO

## Bangladesh entra en el radar del deporte: triplica las ventas a España en plena crisis del Covid-19

El país asiático vendió productos deportivos a España por valor de 7,1 millones de euros en marzo. Si bien aún está lejos de China, ya rivaliza con los dos grandes proveedores europeos, Bélgica y Países Bajos.

Álvaro Carretero  
20 may 2020 - 04:58



Durante los últimos años, Bangladesh se ha convertido en uno de los proveedores de la industria de la moda. Las principales empresas han localizado gran parte de su producción a medida que se han encarecido los costes en China, mientras que el sector deportivo ha optado por otros como como Taiwán, Vietnam o Indonesia para su aprovisionamiento. Sin embargo, la crisis del coronavirus ha obligado a los grandes *players* del equipamiento deportivo a encontrar soluciones de suministro, lo que ha catapultado las relaciones comerciales de España con Bangladesh, que se han triplicado en marzo de 2020.

España compró al país asiático artículos de equipamiento deportivo por valor de 7,1

millones de euros, de los que el 57% corresponden al calzado, según los últimos datos publicados por el Ices. El resto se deriva de la confección de prendas de baño y su impacto podría ser incluso superior, pues esta estadística no refleja entre sus categorías el resto de artículos textiles propios de la industria deportiva.

Atendiendo a los datos agregados del primer trimestre, Bangladesh sólo ocupa la décima posición, con ventas de equipamiento deportivo a España por valor de 16,4 millones de euros. Su peso en la balanza española aún es moderado, ya que sólo equivale al 4,3% de las importaciones. Eso sí, las transacciones deportivas con España se han multiplicado por cuatro en los tres primeros meses de 2020, un ritmo de crecimiento superior incluso al registrado en marzo.

## **Bangladesh roza el pódium de países que más artículos venden a España tras el inicio de la pandemia**

Es una muestra más de la importancia que empieza a adquirir el antiguo Pakistán oriental para la industria deportiva, mayor aún en un escenario de incertidumbre global que ha obligado a las grandes marcas a encontrar soluciones fuera de sus zonas habituales para poder cubrir la demanda. Si bien aún se desconoce el papel que tendrá Bangladesh en el futuro para este sector, lo cierto es que ya duplica en volumen de ventas a Taiwán e Indonesia y cuadruplica a Estados Unidos.

El territorio norteamericano, no obstante, ha sido el otro gran beneficiado por la crisis del Covid-19. El coronavirus impactó en la economía estadounidense semanas más tarde que en Europa, y sus medidas de confinamiento han sido dispares y aplicadas por cada estado. Esto favoreció que en marzo España duplicase la compra de artículos deportivos a fabricantes locales que aún mantienen sus fábricas en suelo americano. La aportación de Estados Unidos, no obstante, apenas es significativa, ya que sólo representa un 1,2% de las importaciones deportivas de España.

Frente a las subidas en las compras de España a Bangladesh y Estados Unidos, las importaciones desde los principales socios del país en equipamiento deportivo han ido a la baja. En marzo, las importaciones procedentes de China cayeron un 24,3%; de Bélgica, un 35%; de Países Bajos, un 39%, y de Italia, un 34%.

El año pasado, las importaciones procedentes de estos cuatro países alcanzaron máximos históricos en la balanza comercial española, copando el 55% de las compras

realizadas por España al extranjero. Entre enero y marzo, España adquirió material deportivo por valor total de 380,9 millones de euros, un descenso interanual del 2,7%.

## Las importaciones de los principales socios comerciales de España han caído entre un 24% y un 39% en marzo

Las exportaciones aguantan el tipo

La crisis del coronavirus también ha afectado a las exportaciones, que en marzo se desplomaron hasta 54,4 millones de euros, un 18,7% menos. Las ventas a Francia, el principal socio de España y uno de los países más afectados por la pandemia, retrocedieron un 28,5%, hasta 15,3 millones de euros, en línea con las caídas registradas en el apartado de las importaciones.

Italia, por su parte, ha contraído a más de la mitad la adquisición de artículos para la actividad física procedentes de España, hasta 4,6 millones de euros. Aunque al cierre del primer trimestre aún se mantiene como el segundo mayor comprador para las empresas nacionales, podría perder el segundo escalón del pódium en favor de Portugal y Alemania.

Pese a todo, las exportaciones españolas han aguantado mejor que las importaciones gracias al fuerte ritmo de crecimiento de los dos primeros meses de 2020. En el arranque de año, la venta de artículos deportivos al extranjero aumentó un 13,5% y a cierre del primer trimestre aún presentaba un ligero incremento acumulado del 0,04%, hasta 176,4 millones de euros.