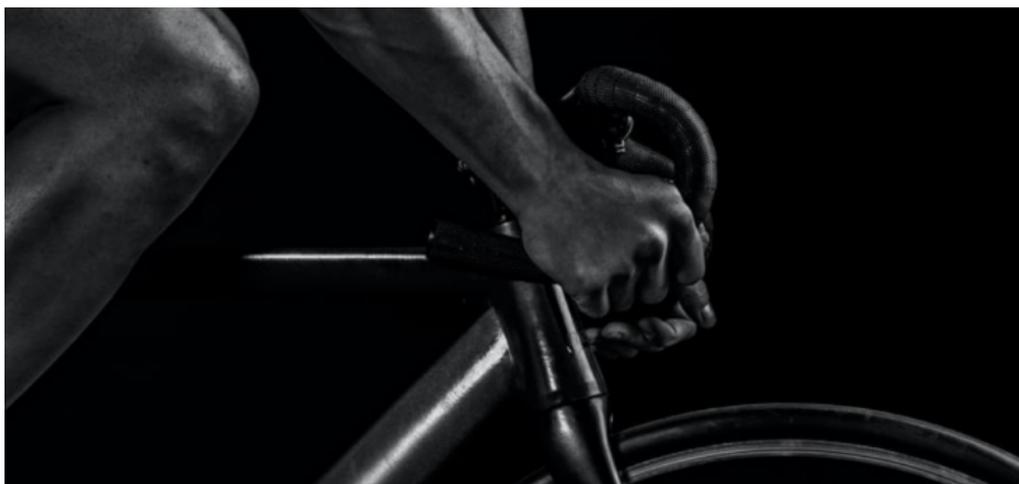


ENTORNO

El deporte frena por el Covid-19: sólo el 17% de los operadores seguirán creciendo en 2020

La cuarta edición del Barómetro del Negocio del Deporte en España, impulsado por Palco23 con el patrocinio de Openbravo, revela que la mayoría de los operadores sitúan la recuperación a partir de 2021.

Palco23
16 oct 2020 - 04:50



El sector del deporte hace balance del impacto del Covid-19 y pone de manifiesto cómo la atmósfera de incertidumbre en torno a la pandemia contagia, en parte, a este sector. Así se desprende de la cuarta edición del Barómetro del Negocio del Deporte en España, que revela que sólo el 17% de las entidades de este negocio sostienen que su desempeño mejorará en 2020.

En particular, el 5% cree que su facturación aumentará sustancialmente en 2020 y el 12% que lo hará de forma moderada. En cambio, el 42% de las compañías afirman que su desempeño retrocederá sustancialmente en 2020 y el 20% que lo hará de

forma moderada.

El porcentaje de sólo el 17% de empresas en crecimiento representa una fuerte caída respecto a los tres años anteriores, cuando cerca del 80% de las compañías de este negocio lograron incrementar su desempeño. Además, más de la mitad de las empresas creen que no se recuperarán los niveles de consumo de deporte pre-Covid hasta 2022 o incluso más adelante, anticipando el que podría ser otro año negativo en 2021.

El Barómetro, impulsado por Palco23 y que cuenta con el patrocinio de Openbravo, revela que el 45% de las empresas y entidades del sector creen que el impacto de la pandemia en esta industria ha sido mayor que en el conjunto de la economía, frente al 16% que opina que este golpe ha sido inferior y el 39% que cree que el sector se ha visto tan afectado como el conjunto de sectores de la economía española.

El informe, que se realiza a través de una encuesta a 300 operadores del sector en España, realizó su trabajo de campo íntegramente en julio, tras la salida del estado de alarma en el país. No obstante, la volatilidad de la situación sanitaria y su impacto en la economía y el ánimo de consumidores y usuarios podrían alterar en parte estas percepciones.

Respecto a la recuperación, frente al 51% de operadores que creen que el consumo de deporte tendrá de nuevo los niveles pre-Covid-19 a partir de 2022, otro 35% anticipa esta recuperación a 2021. El 14% es más optimistas, y apuntaba que el consumo podría recuperar los niveles pre-pandemia este mismo año.

El informe también da, no obstante, señales para el optimismo. En este sentido, el 92% de las empresas aprecia una mejora clara o signos de mejora en la práctica deportiva en el país, mientras que el 86% afirma que aumenta el consumo audiovisual de deportes y el 82% que cree que se incrementa el gasto en artículos deportivos.

Con todo, el 40% califica de “mala” o “muy mala” la situación del mercado del deporte en España en 2020, en un entorno en el que el 98% de las empresas del sector sostienen que la economía española empeora respecto al año anterior y el 94% que suscriben la misma afirmación en torno a la evolución de la economía internacional.

Desde el punto de vista corporativo, la situación económica ha aumentado las necesidades de financiación de las empresas y ha cambiado las principales fuentes de financiación para una parte importante de las entidades. En este sentido, los recursos propios continúan siendo protagonistas: más de la mitad de las entidades se financia principalmente de ello. Sin embargo, la deuda bancaria ha tomado relevancia este año y ha pasado de ser la principal fuente de financiación para el 16% de las empresas en

2019 a serlo para el 31% de las entidades del sector en 2020.

Por otro lado, a pesar de la fuerte atomización de algunos ámbitos del negocio del deporte en España, el Barómetro 2020 revela que continúa reduciéndose la proporción de empresas del sector que ha participado o planea participar en una operación corporativa. En concreto, el 66% de las compañías activas en esta industria afirma no tener previsto participar en este tipo de procesos, frente al 65% del año anterior.

Oportunidad digital

Otra de las tendencias que apunta el Barómetro es la importancia creciente del canal digital. A pesar del claro componente presencial de muchas actividades del sector, como las de los clubes de fitness o las competiciones deportivas, el 61% de las empresas del sector del deporte asegura que el canal digital será el más importante a medio y largo plazo en términos de ventas y captación de clientes. El 84% de los agentes del sector creen que su negocio digital irá en aumento en 2020 y sólo uno de cada cincuenta operadores cree que evolucionará a la baja.

Por otro lado, vuelve al sector la amenaza de guerra de precios: uno de cada cuatro operadores cree que los precios del sector irán a la baja en 2020. El Covid-19 ha supuesto un claro cambio de tendencia en la evolución de los precios en el deporte en España, por la que cae con fuerza la tasa de las empresas que prevén subirlos en el presente ejercicio. No obstante, sube con fuerza, del 42% al 75%, la tasa de compañías que dicen que sus precios y tarifas se mantendrán estables respecto al año anterior.