

ENTORNO

España, por debajo de la media europea en asistencia a eventos deportivos

El 25% de los españoles se animan a ver partidos y carreras en directo desde el estadio o el circuito, un porcentaje cinco puntos inferior a la media de Europa (30%). La falta de interés y el precio de las entradas, los motivos clave de la baja tasa de asiduidad.

Patricia López
28 jun 2018 - 04:59

Image not found or type unknown



El negocio del deporte depende, en gran medida, del volumen de espectadores que arrastran las competiciones de élite. La Unión Europea (UE) es uno de los mayores mercados en este segmento tras Estados Unidos, pero la asistencia a eventos deportivos se da de manera desigual en el Viejo Continente. Según los datos de Eurostat a los que ha accedido *Palco23*, solo tres de cada diez europeos asistieron a alguna cita deportiva en 2015. En España, este porcentaje cayó al 25%.

¿Qué posición del ranking ocupó el país de la Península Ibérica? El 74,5% de los ciudadanos no acudió a ningún evento, el noveno peor porcentaje de los 32 países que recoge el servicio estadístico. En 2006 fue algo inferior, con el 73,7%, por lo que el porcentaje de gente que no se siente atraído por estos espectáculos ha aumentado.

Del total, sólo el 11,2% acudió a una cita de estas características en, como máximo, tres ocasiones, por el 14,3% que asistió, por lo menos, a cuatro partidos o campeonatos.

El ránking de los países con la población que menos deporte de élite vieron *in situ* lo encabezan Rumanía, Bulgaria e Italia, con más del 80% de sus ciudadanos. El caso de Italia recuerda al de España, ya que en ambos países existe una amplia oferta deportiva que no acabó de seducir a los consumidores. Su calendario deportivo está protagonizado por los partidos de fútbol, los eventos de Fórmula 1 y MotoGP y torneos de tenis.

Comparando a España con las cuatro principales potencias europeas (Reino Unido, Alemania, Francia e Italia), el país presenta el segundo porcentaje más elevado de población que no disfruta del deporte en directo, pero tiene, a su vez, el segundo porcentaje más elevado de ciudadanos que lo hacen, al menos, cuatro veces al año.

Es decir, que aquellos aficionados que ven el deporte en directo son mucho más propensos a desplazarse al evento. De los cinco países, Alemania es el más activo, ya que sólo un 64,8% no asiste nunca, un 18,2% de una a tres veces, y el 17,1% al menos en cuatro ocasiones.

La otra cara de la moneda fueron los holandeses, que lideran la lista de ciudadanos que asistieron a más citas. El 32,1% lo hicieron en al menos cuatro ocasiones en 2015, el 21,4% entre una o dos veces y el resto, un 46,5%, no se animó a acudir. Le siguieron los islandeses y los noruegos, con el 31,8% y el 31,3%, respectivamente. En otras palabras: la asistencia a eventos no está íntimamente relacionada con la oferta de pruebas de alto nivel en las disciplinas más consolidadas.

Si la asistencia no está tan condicionada por la oferta de eventos, ¿cuál es el motivo principal por el que los europeos no participan como espectadores? Según Eurostat, en el 52,1% de los casos es la falta de interés, el 11% apunta a la falta de capacidad económica y un 5% lo atribuye a que el evento no se celebrara en un entorno cercano al lugar de residencia. El 31,9% restante se atribuye a motivos no especificados.

España tiene el segundo porcentaje más elevado de ciudadanos que apelan a los motivos económicos como causa para no asistir a eventos, con el 18,7%. Para poner

este dato en perspectiva, en 2016, la asistencia a eventos movió 860 millones de euros en este país, según el Anuario de Estadística Deportivas elaborado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Se generó un gasto medio por hogar de 46,6 euros, y de 18,7 euros por persona, un precio notablemente inferior a la media de 65 euros que pagó cada español para participar en eventos, como un maratón o un torneo de fútbol.

La cuestión económica tiene un impacto más determinante en las familias con hijos, que en aquellas que no tienen. El factor financiero fue el motivo por el que un 24,2% de las familias españolas no asistieron a eventos deportivos, una tasa que cae al 15,4% entre los que viven solos o en pareja y sin descendencia a su cargo. La edad también influyó, ya que entre los españoles menores de 24 años, el factor económico fue determinante en un 26% de los casos, mientras que en las edades comprendidas entre 35 y 49 años el porcentaje cayó al 23,6%, por el paulatino aumento del poder adquisitivo derivado de tener más edad y capacidad de ingresos.

Por otro lado, un 50% de las españolas que no acude a eventos deportivos toma esa decisión por falta de interés, frente al 32,7% de los hombres, que se siente más atraído a los estadios, pabellones o circuitos deportivos.

Las competiciones que arrastran a más aficionados son LaLiga y la ACB. Durante la pasada temporada, Primera y Segunda División superaron los 14 millones de espectadores y, aunque la Liga Santander redujo la asistencia un 2,3%, en La Liga 1|2|3 creció un 15%. En cuanto a la Liga Endesa, la competición cerró la temporada con un descenso del 3% y 1,93 millones de asistentes durante la fase regular.

Los retos pendientes para atraer al fan a los estadios

Más allá del precio de la entrada y de atraer al público femenino, la tendencia para captar asistentes pasa por ofrecer una mejor experiencia en la instalación. La idea de *Smart stadium* cobra vida con el objetivo de atraer al aficionado más joven garantizando la conectividad. Un ejemplo de ello fuera de Europa es Los Angeles FC, que ha construido el primer estadio con fibra óptica y ha lanzado una *app* que permite comprar desde el asiento, ya sea comida o *merchandising*.

Es una mejora obligada para los clubes, que ven como cada vez compiten con otros productos y servicios de ocio, promovidos por la industria del entretenimiento. No es coincidencia que numerosos equipos han optado por crecer más allá de su estadio y firmar acuerdos con operadores como Amazon Prime para crear contenidos que seduzcan al público *millennial*.