

ENTORNO

Las exportaciones deportivas siguen en forma: alza del 17,3% hasta julio y 352,4 millones

M.Menchén
23 sep 2015 - 05:00

Las exportaciones deportivas han bajado su ritmo de crecimiento en julio, y aún así, siguen estando muy por encima de la media. El sector vendió productos al extranjero por valor de 342,52 millones de euros hasta julio, lo que supone un incremento del 17,3% respecto a los siete primeros meses de 2014. El déficit comercial, la diferencia entre importaciones y exportaciones, es de 815,8 millones, un 21,64% más que el año anterior, y que en parte se explica por la recuperación de la demanda interna.

Cabe recordar que el primer semestre de 2015 se cerró con una mejora del 22%, pero julio estuvo marcado por una importante caída del 36% en prendas de entrenamiento y ropa de baño. En realidad podría tratarse de un ajuste del mercado, después de que este año los meses de calor se precipitaran en el calendario y probablemente los distribuidores adelantaran la compra de género. En total, este apartado acumula ventas fuera de España por 107,34 millones, un 5% más, según el análisis específico elaborado por *Palco23* a partir de la base de datos del Ministerio de Economía.

Esta partida sólo se ve superada por la de artículos y material vinculado al *fitness* (maquinaria de gimnasio, pesas o *steps*) y el deporte al aire libre, como balones, raquetas o esquís, que se está consolidando como el gran motor de la exportación deportiva. En los siete primeros meses ha facturado 155,25 millones en el extranjero, lo que supone un alza del 24,58% en comparación con el mismo período de 2014.

Dentro de este epígrafe se consolidan varias tendencias: por ejemplo, los fabricantes de material que acostumbra a utilizarse en gimnasios han exportado un 11,1% más, hasta los 41,12 millones, mientras que el sector *outdoor* se dispara un 25,76% y alcanza ya los 58,57 millones de euros hasta julio.

También hay que destacar la contribución de las empresas que comercializan balones de todo tipo, ya que su relación comercial con el exterior prácticamente se ha

duplicado en solo un año y generan un negocio de 10,08 millones. En espectacularidad le supera el bádminton, que triplica sus ventas fuera de España hasta los 3,05 millones y supera de largo al de las raquetas de tenis (1,24 millones). En golf, la comercialización de pelotas también casi se duplica y suponen 1,69 millones, muy por encima de los 410.000 euros de palos para este deporte (+215%).

El único punto negativo en este epígrafe antes mencionado es el de los deportes de nieve. La venta de esquís de invierno fuera de España retrocede un 22,6% y se queda en 15,59 millones entre enero y julio. Su situación contrasta con la de este mismo artículo para deportes náuticos, donde se registra un alza 81,2%, hasta 11,94 millones. Como revela el gráfico anterior, esta industria apenas logra maquillar su caída con la venta de calzado de esquí y snowboard, que si bien sube un 35%, su volumen es residual: 270.000 euros.

Por ritmo de crecimiento dentro de las grandes áreas en las que el Icx divide la industria del deporte, hay que destacar la partida de zapatillas de tenis, baloncesto y entrenamiento, con un alza del 38,2% y 52,94 millones de euros. El resto de calzado de plástico para deportes sube un 29,3%, hasta los 10,6 millones; el que tiene la parte superior es de cuero, como las que se acostumbra a usar en algunos casos para el fútbol, cae un 3,7%, hasta 22,18 millones.

Una industria demasiado dependiente de Europa

Donde apenas se producen cambios es en la distribución geográfica de las exportaciones, con los países de la zona euro con 223,3 millones de euros, un 63,3% del total. En esta agrupación de países sobresale Francia, con 93,88 millones en compras, casi 20 millones más que en los primeros siete meses de 2014. Alemania e Italia, los otros dos grandes clientes con 21,6 millones y 36,7 millones, respectivamente, también crecen a un ritmo de doble dígito. Portugal, en cambio, sigue evidenciando su delicada situación y retrocede de 66,55 millones a 45,3 millones.

Las ventas en Asia se disparan un 33,7% y alcanzan los 19,24 millones, mientras que el negocio en el mercado americana también acelera un 31,6% hasta los 17,58 millones, especialmente gracias al tirón de México y EEUU. En África, en cambio, la actividad se contrae un 1,55%, hasta los 8,9 millones.