

ENTORNO

Nervios en la vuelta al cole: el deporte en España, ante el escenario macro más incierto

La economía mundial, el turismo y el comercio o la evolución del paro en España son algunos de los indicadores clave en la agenda macro de los próximos meses.

Christian De Angelis
1 sep 2020 - 04:57



La vuelta al cole presenta en septiembre de 2020 el más extraño de sus escenarios, tanto en sentido literal (en las guarderías y escuelas) como en sentido figurado, atendiendo a la situación económica y sanitaria española e internacional. Para las empresas españolas de deporte, los indicadores macro tradicionales, como el empleo en el sector, la demanda y las exportaciones, cobran menos importancia frente a otras macromagnitudes que afectan transversalmente a toda la economía. ¿Cuáles son los sensores clave a los que prestar atención en el nuevo curso?

1.- Economía mundial: las previsiones perezcan

La economía global ha sufrido uno de los golpes más drásticos de las últimas décadas y la incertidumbre sobre la progresión de la pandemia se traslada a las previsiones de

los grandes organismos económicos. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), la V que a juicio de los más optimistas al inicio de la crisis iba a dibujar la curva del Producto Interior Bruto (PIB) mundial continúa presente, pero con grandes cambios sobre los pronósticos formulados sólo unos meses antes.

Las últimas previsiones de la entidad apuntan a una contracción de la economía mundial del 4,9% en 2020 (frente a la previsión de caída del 3% que había realizado el FMI en abril) y a un rebote en 2021, con un crecimiento del 5,4% (cuatro décimas menos de lo previsto en abril). La contracción en 2020 llegará al 8% en las economías avanzadas y se situará en el 3% en los países en desarrollo.

2.- Estados Unidos y China, cara y cruz

China, el país donde primero impactó la pandemia, es ahora la potencia económica mundial que registrará un mejor resultado en 2020. Según el informe de junio del FMI, el PIB del país asiático se mantendrá en positivo este año con un crecimiento del 1%, frente a la subida del 1,2% pronosticada en abril.

En la cruz, Estados Unidos. El país, que se encuentra en año electoral en un contexto particularmente agitado por el conflicto racial, contraerá su economía un 8% en 2020, igual que el conjunto de los países desarrollados.

3.- Los clientes de España, en apuros

Más allá de estas dos grandes potencias, los clientes tradicionales de las exportaciones españolas de bienes y en parte también de servicios (gracias fundamentalmente a la recepción de turistas de esos países) se encuentran particularmente en apuros, con caídas muy superiores a la media. Es el caso de Francia, cuyo PIB caerá un 12,5% este año, Italia, con una contracción prevista del 12,8%, o América Latina y el Caribe, donde la contracción llegará al 9,4% (en el caso de México la caída en 2020 será del 10,5%).

La evolución de las exportaciones, que en el primer semestre han caído un 9,2% en España, se explica en buena medida por la contracción en la demanda de estos países.

4.- Menos turismo y menos comercio

Causa y consecuencia de la crisis, dos motores clave del crecimiento económico, el turismo y el intercambio de mercancías, se verán particularmente afectados por una crisis que, según algunos analistas, generará un importante paso atrás en la globalización de la economía.

La OMC apuntó inicialmente a una reducción del 18,5% en el comercio mundial de mercancías en 2020, pero en su último comunicado sobre ello hizo una advertencia todavía más pesimista. “Esa reducción alcanza niveles históricos, pero podría haber sido mucho peor”. La incertidumbre marca las previsiones de la entidad para 2021: “las

perspectivas de la economía mundial para los dos próximos años siguen siendo muy inciertas; así lo refleja la horquilla de estimaciones de otras organizaciones internacionales, que, en algunos casos, se basan en múltiples situaciones hipotéticas”, agrega.

Respecto al turismo, las previsiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT) señalaban en mayo, cuando la pandemia remitía en muchos países desarrollados, que el turismo internacional caería entre un 60% y un 80% este año.

5.- España, segunda ola

La situación sanitaria se ha demostrado de nuevo clave para el desarrollo de la economía española en lo que queda de año. Perdida la campaña turística, la evolución de la economía internacional y de la demanda interna serán claves para el resultado económico del país en el año del Covid-19. A favor del país, el plan de apoyo puesto en marcha por la Unión Europea, que supondrá una inyección de dinero público de 750.000 millones de euros en la economía del Viejo Continente. En particular, España obtendrá 140.446 millones de euros en crédito y 77.300 millones de euros no reembolsables.

Por ahora, las previsiones son de las menos halagüeñas: el FMI dijo en junio que España es contraerá un 12,8% en 2020, una caída de casi cinco puntos más de lo que preveía en abril. La segunda oleada del coronavirus sitúa ahora el país, de nuevo, como uno de los más impactados a nivel sanitario, una realidad que añade incertidumbre sobre el futuro próximo.

6.- Desempleo, con anabolizantes

La debilidad del empleo es uno de los males endémicos de la economía española, donde las tasas de paro se disparan a la primera de cambio. Por ahora, la crisis del Covid-19 ha hecho que el paro suba de forma moderada: del 13,78% del cuarto trimestre de 2019 al 14,41% en el primer trimestre de 2020 y el 15,33% en el segundo trimestre.

Ahora bien, los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (Ertes) puestos en marcha por el Gobierno actúan, según numerosos expertos, como anabolizantes del mercado laboral y esconden la que en realidad es una situación mucho mayor. Salvo nuevo acuerdo entre Gobierno, patronal y sindicatos vence le 30 de septiembre y a partir de ahí el impacto en el mercado laboral podría ser mucho más visible.

7.- Consumo, a la baja

Donde sí se ha visto un impacto rápido y directo de la pandemia es en el consumo privado. Hasta julio, el Índice de Comercio al por Menor (ICM) registró en España una caída media acumulada del 11%, que llega a tasas del 33,4% en productos de

equipamiento personal.

La progresión en positivo del consumo en alimentación, que ha subido un 3,2% acumulado hasta julio, ha actuado como salvavidas, atenuando en buena medida la caída del consumo privado en el país.

En el sector del deporte, los ojos estarán puestos en la evolución de las asistencias a los estadios, condicionadas por las limitaciones por las medidas de seguridad, el auge de nuevos modos de consumir deporte en directo y el potencial impacto en la venta de productos de *merchandising*.

8.- Confianza del consumidor

Otro indicador que es a la vez causa y consecuencia de otros fenómenos es el Índice de Confianza del Consumidor (ICC). En julio, el indicador del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) se situaba en 53,1 puntos (en un baremo que va de 0 a 200 puntos), 44 puntos menos que un año atrás.