

EQUIPAMIENTO

De la Dehesa (Afydad): “El deporte está a verlas venir y eso genera frustración; sólo cabe esperar”

Andrés de la Dehesa, presidente de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivos asegura que aún es pronto para poder evaluar las medidas dentro del sector deportivo, que se encuentra a la espera de conocer el paquete de medidas económicas del Gobierno.

Álvaro Carretero
17 mar 2020 - 04:57



“De momento estamos tranquilos, tensos, pero tranquilos”, asegura Andrés de la Dehesa, presidente de la Asociación de Fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivos (Afydad). El empresario, que cuenta con una experiencia de más de 25 años en el sector, sostiene que la industria del deporte sufrirá el golpe de la parálisis comercial, pero no más ni menos que el resto de industrias del país.

Por ahora, los *retailers* españoles aguardan a conocer el paquete de medidas económicas que propondrá el Gobierno en el próximo Consejo de Ministros, que se celebrará hoy. Mientras tanto, reina una calma tensa, en la que más que la alarma,

pesa la incertidumbre. “Nadie puede tomar decisiones hasta que no conozcamos el escenario en el que nos movemos”, sostiene de la Dehesa, que espera que sean medidas que “protejan al ciudadano y sirvan para incentivar el consumo reduciendo la carga a los hogares, como ha hecho Italia congelando las hipotecas, entre otras medidas”.

Pregunta: La presentación de Ertes y congelación de proyectos marcan la agenda. ¿Las consecuencias económicas para el deporte serán peores que las de otros sectores?

Respuesta: Aún es muy prematuro. Es el primer día de unas cuantas semanas que vienen por delante. Habrá un impacto muy importante a nivel de comercio, puesto que no habrá actividad y la demanda caerá a cero. Es especialmente sensible también por el momento, porque viene en un mes donde se vende más, cuando ya ha pasado el valle de rebajas y la cuesta de enero. También va a afectar de diferente manera a corto plazo a las tiendas y a las marcas, pero al final es un problema global; el deporte no se verá más afectado que el turismo u otros sectores.

El sector deportivo espera a conocer las medidas económicas del Gobierno para tomar decisiones

P.: El Gobierno ha decretado quince días de estado de alarma. ¿Considera que en realidad el parón de la actividad será mayor?

R.: Sin dudarlo. Es un tema mayor, aún estamos en el primer día y todos estamos un tanto en estado de shock, esperando más noticias del Gobierno sobre las ayudas económicas para saber cómo proceder. El impacto a nivel de nuestro pequeño sector va a ser enorme, pero creo que todos estamos con la previsión de que se extienda y, sobre todo, de las medidas.

P.: ¿Qué medidas solicitan al Gobierno para que la recuperación sea lo más efectiva posible?

R.: No es fácil para un Gobierno la situación actual, da igual de qué ideología sea. Y desde el deporte estamos en predisposición de exigir poco, porque hay sectores mucho más potentes muy afectados, como el turismo, que equivale al 12% del PIB. Creo que lo que podemos esperar es que se apliquen medidas para reactivar el consumo general y salgamos en *u*ve y no en *u*, porque si no a las empresas las va a

hacer polvo. Hay medidas que ya se han aplicado en Italia que pueden ser de referencia, pero no tengo una bola de cristal.

P.: Y desde un punto de vista del retail deportivo, ¿qué se puede esperar?

R.: Nada. Lamentablemente, nada, porque estamos en un nivel del escalafón en el que estamos a verlas venir y eso genera frustración porque no está en tus manos. Pero no podemos hacer nada, primero, porque la representatividad de las marcas españolas es la que es y tenemos que ser realistas: el sector tiene dependencia de las decisiones de las multinacionales. Lo que podemos esperar es que el Gobierno acierte en las medidas generales. El resto es hacer conjeturas.

"Estamos en un nivel del escalafón en el que solo podemos esperar a verlas venir y eso genera frustración"

P.: ¿Hay alguna medida que los empresarios puedan tomar para intentar minimizar los daños?

R.: No lo sé, algunos han aprovechado para hacer gestiones en las que quizá hasta ahora no habían tenido tiempo o hacer inventarios... Pero poco más pueden hacer ya. Es que esto es un problema global, estamos en un circuito. Las cosas van, impactan y vuelven. Aun así, creo que hay una situación de cierta calma o incertidumbre hasta conocer más en detalle las medidas, porque sin eso no hay decisiones que tomar.

P.: Tras tantos años de desunión en el retail y plantear un primer acercamiento entre patronal y *retailers*, ¿hay una oportunidad ahora de coser el tejido asociativo?

R.: La adversidad une. Realmente podría ser la oportunidad y olvidarse de los egos, porque parece que hemos tenido unos cuantos que no han permitido avanzar. Pero siendo sincero, no tengo ni idea. Nadie sabe por dónde puede salir esto. Igual si algo bueno tiene el deporte es que nos gusta ser proactivos en muchos ámbitos y el mejor ejemplo lo tenemos ahora con los jugadores profesionales arrimando el hombro y animando a la gente a quedarse en casa.

P.: ¿Esto termina de hundir al pequeño comercio deportivo o aún es pronto para valorar ese posible impacto?

R.: Abiertamente sí. Pero hay que poner en contexto de la situación de la que venimos estos meses, no es sólo por esta situación. Somos muy parecidos al mundo de los campesinos. Estamos muy expuestos a los temas climáticos. Hemos tenido un invierno acelerado en noviembre, llegamos a enero y se paró. Las temperaturas más altas de la historia. Si eso lo contextualizas en términos de demanda, una gran parte de esta se pierde y eso son ventas. Más ahora que las prendas ya no sólo son deportivas sino de *streetwear*. El comercio ya venía sufriendo el cambio climático y ahora la parálisis.