



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

EL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONSUMO DE DEPORTE EN ESPAÑA Y ALEMANIA

Autor: Timo Müller

Director: Francisco Borrás Pala

Madrid

Abril 2018

Resumen

Aparte de su importante papel en la sociedad, el deporte tiene un significativo impacto económico. En Alemania, por ejemplo, el valor agregado por el sector del deporte se aproxima al del sector automovilístico. En el marco de este trabajo se ha investigado la relevancia económica del deporte, analizando su impacto en los componentes del PIB de Alemania y España. En ambos países, el gasto público y el comercio exterior vinculados al deporte tienen una relación similar a las cifras macroeconómicas del país correspondiente. No obstante, existen diferencias con respecto al consumo de deporte de los hogares. Los hogares alemanes gastan más en el consumo de deporte que los hogares españoles. En este contexto, cabe diferenciar entre el consumo activo (deporte practicado) y el consumo pasivo (interés en el deporte profesional). En cuanto al último, no se observan diferencias claras entre los países, lo que implica que las diferencias existentes se refieren mayoritariamente al consumo activo.

Palabras clave: impacto económico del deporte, consumo de deporte, consumo activo de deporte, consumo pasivo de deporte, definición del consumo de deporte

Abstract

Apart from its important role in society, sport has a significant economic impact. In Germany, for example, the value added by the sports sector equals approximately that of the car industry. Within the framework, the economic relevance of sport has been investigated, analysing the impact on the GDP components of Germany and Spain. In both countries, public spending and foreign trade linked to sports have a similar relationship to the macroeconomic figures of the corresponding country. However, there are differences with regard to household sports consumption. German households spend more on sports consumption than Spanish households. In relation to this, we must differ between active consumption (practiced sports) and passive sports consumption (interest in professional sports). Regarding the latter, no clear differences can be observed, which implies that the existing differences refer to active consumption.

Key words: economic impact of sports, sports consumption, active sports consumption, passive sports consumption, definition of sports consumption

Índice

Índice de gráficos	i
Índice de tablas	iii
Índice de abreviaturas	iv
1. Introducción	1
2. Definición del consumo de deporte	6
2.1 Definición <i>Vilnius</i>	6
2.2 Posible definición del consumo de deporte	7
3. Consumo de deporte en España	11
3.1. Cultura deportiva en España	11
3.2. El impacto económico del consumo de deporte en España	15
3.2.1. Gasto de los hogares en el consumo de deporte en España	16
3.2.2. Gasto público en el deporte en España	21
3.2.3. Inversiones relacionadas con el deporte en España	22
3.2.4. Comercio exterior relacionado con el deporte en España	23
3.3. Tendencias del consumo de deporte en España	27
4. Consumo de deporte en Alemania	29
4.1. Cultura deportiva en Alemania	29
4.2. El impacto económico del consumo del deporte en Alemania	33
4.2.1. Gasto de los hogares en el consumo de deporte en Alemania	33
4.2.2. Gasto público en el deporte en Alemania	38
4.2.3. Inversiones relacionadas con el deporte en Alemania	40
4.2.4. Comercio exterior relacionado con el deporte en Alemania	40
4.3. Tendencias del consumo de deporte en Alemania	42
5. Comparación del consumo de deporte en España y Alemania	45
6. Conclusión	52
7. Bibliografía	56
8. Anexo	62

Índice de gráficos

Gráfico 1: Los tres niveles del modelo <i>Vilnius</i>	7
Gráfico 2: Personas que practicaron deporte en 2015 según frecuencia en España.....	11
Gráfico 3: Personas que practicaron deporte según modalidades más frecuentes en España (2015).....	12
Gráfico 4: Motivos principales por los que han practicado deporte en España (2015).....	12
Gráfico 5: Personas según la asistencia o acceso por medios audiovisuales a algún espectáculo deportivo en España (2015).....	13
Gráfico 6: Personas que suelen informarse acerca del deporte por prensa o medios audiovisuales según frecuencia en España (2015).....	14
Gráfico 7: Gasto de los hogares en el consumo de deporte en España (2007-2015)	17
Gráfico 8: Gastos de los hogares españoles vinculados al deporte por tipo de bienes y servicios (2015).....	18
Gráfico 9: Nivel medio de los gastos de los hogares españoles para bienes y servicios deportivos según COICOP (2010)	20
Gráfico 10: Gasto liquidado en deporte por tipo de administración pública en España (2010- 2015)	22
Gráfico 11: Número de los espacios deportivos por tipología en España (2005)	23
Gráfico 12: Comercio exterior de bienes deportivos en España (2008-2015)	24
Gráfico 13: Exportaciones de bienes deportivos según categoría de bienes en España (2015) ..	24
Gráfico 14: Importaciones de bienes deportivos según categoría de bienes en España (2015) ..	25
Gráfico 15: Viajes de turistas asociados con el deporte a España según origen (2015-2016)	26
Gráfico 16: Personas que practicaron deporte en Alemania según frecuencia (2015).....	29
Gráfico 17: Los deportes más practicados regularmente en Alemania (2009).....	30
Gráfico 18: Motivos por los que los alemanes practican deporte (2016).....	30
Gráfico 19: Deportes más populares según interés de la población en Alemania (2017)	31
Gráfico 20: Personas que asisten a eventos deportivos según frecuencia en Alemania (2017) ..	32
Gráfico 21: Personas que suelen acceder a espectáculos deportivos por televisión en Alemania (2017).....	32
Gráfico 22: Gasto en el consumo de deporte activo según ámbitos principales en Alemania (2010).....	34
Gráfico 23: Gastos en el consumo pasivo de deporte en función de los ámbitos principales en Alemania (2010).....	35
Gráfico 24: Nivel medio de los gastos de los hogares alemanes en bienes y servicios deportivos por hogar según COICOP (2010).....	36
Gráfico 25: Los deportes principales en función de la facturación en Alemania (2010)	37
Gráfico 26: Número de las instalaciones en función de la importancia deportiva en Alemania (2008)	40
Gráfico 27: Comercio exterior de bienes deportivos en Alemania (2008-2015)	41
Gráfico 28: Exportaciones de bienes deportivos según categoría de bienes en Alemania (2015)	41
Gráfico 29: Importaciones de bienes deportivos según categoría de bienes en Alemania (2015)	42

Gráfico 30: Consumo total y consumo de deporte en Alemania y España (2010).....	46
Gráfico 31: Gastos en el consumo de deporte según ámbitos principales en Alemania y España (2010)	46
Gráfico 32: Personas que asistieron a un espectáculo deportivo en Alemania y España (2007) 47	
Gráfico 33: Comercio exterior de bienes deportivos en Alemania y España (2015)	50

Índice de tablas

Tabla 1: La delimitación del consumo activo de deporte, visualización propia basándose en Breuer 2013.....	9
Tabla 2: La delimitación del consumo pasivo de deporte, visualización propia basándose en Breuer 2013.....	9
Tabla 3: Los gastos estimados relacionados con el deporte de las administraciones públicas en Alemania (en millones de euros (2010),	39

Índice de abreviaturas

BPB – Bundeszentrale für politische Bildung

COICOP - Clasificación del consumo individual por finalidad

CPA – Clasificación de Productos por Actividad

CPC - Clasificación Central de Productos

DOSB – Deutscher Olympischer Sportbund

Ej.- ejemplo

Etc. - etcétera

EPA- Estándar de Poder Adquisitivo

INE – Instituto Nacional de Estadísticas

IPCA - Índices armonizados de precios al consumidor

KPMG – Klynveld, Peat, Marwick, Goerdeler

MECD – Ministerio de Educación Cultura y Deporte

PIB – Producto Interior Bruto

PPA - Paridad de poder adquisitivo

UE – Unión Europea

1. Introducción

▪ *Justificación del trabajo*

“El deporte mueve a la gente – el deporte conecta a la gente”. Una iniciativa de una organización sin ánimo de lucro alemana ha elegido este lema, el cual resalta el deporte como un importante componente en la sociedad, desde un punto de vista tanto social como cultural en todo el mundo. Por sus propiedades y la felicidad que provoca a las personas, esta actividad contribuye a la integración social e inmigración, a la salud, al bienestar, a la educación y al desarrollo personal.

Además de estos aspectos, el deporte tiene un significativo impacto económico. Hoy en día, destacan algunas tendencias como la profesionalización, la mediatización y la creciente comercialización del deporte profesional. Además, se puede observar que el ámbito del deporte emplea a un significativo número de personas. No obstante, el impacto y la tendencia del deporte no es fácilmente observable ni evidente. Además, este sector todavía no está definido de la misma manera en distintos países. El deporte es más una industria transversal cuyo valor añadido no se puede inferir de estadísticas oficiales. El impacto en las industrias, como la construcción, solamente se puede estimar.

Después de vivir en ambos países, Alemania y España, el autor de este trabajo ha podido observar algunas diferencias en cuanto a la actitud hacia el deporte en cada país, así como respecto a la motivación para realizarlo, las distintas prioridades y la importancia general de los diferentes deportes.

▪ *Hipótesis planteadas*

Esta experiencia se lleva a plantear una hipótesis global:

H1: Existen diferencias respecto a la relevancia económica del deporte en Alemania y España.

Además, se plantearán dos hipótesis más específicas con respecto al consumo de deporte de los hogares. Durante la estancia en España del autor, ha podido observar que el interés en el deporte profesional es muy alto, sobre todo en el fútbol. Si el Real Madrid o el Atlético de Madrid juegan, se convierte en el principal tema de conversación para los

ciudadanos. El fútbol es un asunto muy emocional para muchos españoles, por lo que se puede asumir que existe una alta disposición a gastar dinero. Por otro lado, en Alemania, esto no puede apreciarse en la misma medida. Por lo tanto, se plantea la hipótesis:

H2: Los gastos de los hogares por su interés en el deporte profesional son más altos en España que en Alemania.

Por otro lado, el autor ha observado que los alemanes muestran una alta disposición a gastar en equipamiento deportivo, aunque no lo practiquen con mucha frecuencia. Un ejemplo serían los dos equipos de balonmano en que ha jugado en Alemania y España. En el equipo alemán, cada jugador estaba equipado con ropa y calzado de buena calidad y disponía de diversos artículos adicionales, lo cual no aplica en el caso del equipo de balonmano de Madrid. Además, el autor cree que en Alemania practican deporte más personas que en España. Por ello, se plantea otra hipótesis:

H3: Los gastos de los hogares en la actividad deportiva son más altos en Alemania que en España.

Comentadas hipótesis no se probarán a medida de un contraste estadístico debido a la falta de homogeneidad de los datos. La prueba de las hipótesis se basará en el análisis de indicadores macroeconómicos.

▪ *Objetivos del trabajo*

Dadas las hipótesis, el objetivo de este trabajo será investigar sobre el impacto económico del consumo de deporte tanto en Alemania como en España, así como un análisis profundo del efecto en los diferentes componentes del PIB y las tendencias del sector. Esto nos permitirá valorar la importancia económica del deporte en general. El enfoque estará en el consumo de los hogares en cada país y las propiedades del mismo. Para obtener una visión global, se han de investigar también los otros componentes del PIB brevemente. Contrastando los análisis individuales, se pueden obtener repuestas acerca de las hipótesis y una comparación completa entre los países.

Además, en los últimos años han tenido lugar una serie de cambios en el ámbito del deporte que han afectado a la sociedad y a la economía. Por lo tanto, resulta interesante

conocer el desarrollo del impacto económico del deporte en dos países tan distintos económica y demográficamente.

Otro objetivo será la elaboración de una definición o delimitación clara y comprensible del consumo de deporte. Esta definición no se podrá aplicar en la investigación cuantitativa de este trabajo. No obstante, la definición debería servir para la comprensión del alcance del sector.

Los resultados de este trabajo pueden ser útiles para diferentes grupos. Los fabricantes internacionales de artículos deportivos o empresas de servicios deportivos pueden utilizar este trabajo como base para la toma de decisiones relevantes para cualquiera de los dos países analizados. Conocer los gastos específicos, el comportamiento de los consumidores y las tendencias en los países correspondientes, podría ser de gran ayuda para la decisión de estrategias empresariales como, por ejemplo, la entrada en un nuevo mercado.

- *Metodología*

Para lograr estos objetivos, se seguirá la siguiente metodología:

1. Revisión de literatura: se presenta la delimitación y definición existentes del sector “deporte”. A partir de esta base, se define y se delimita el consumo de deporte, teniendo en cuenta todos los gastos directos e indirectos relacionados con el deporte y clasificando los gastos de forma lógica y clara.
2. Análisis de datos: se analiza datos de la cultura deportiva de ambos países, lo cual aclarará los hábitos de la gente con respecto al deporte como, por ejemplo, cuántas personas lo practican. Este análisis excluirá el componente monetario.

Después se analizará el impacto económico en los componentes del PIB en ambos países, utilizando datos macroeconómicos: Consumo de los Hogares, Gasto Público, Inversiones y Comercio Exterior (Exportaciones e Importaciones). En esta parte, se intenta situar los resultados en un contexto global, por ejemplo, relacionando los gastos de los hogares en el deporte con sus gastos totales anuales para averiguar la relevancia efectiva del deporte. Se entrará más en detalle en los gastos de los hogares y, de esta forma, se descubrirán las particularidades del comportamiento del consumidor de deporte en España y Alemania. Para el

análisis de los componentes del PIB se utilizarán cálculos realizados por institutos nacionales e internacionales.

3. Comparación: Comparando los resultados de los análisis individuales de los países, por un lado, se revela diferencias en términos de factores y características de cada país y, por otro lado, se encuentra posibles razones de estas diferencias. Estas razones se basan principalmente en la cultura deportiva.

En este trabajo no se determinará la influencia exacta en términos de un porcentaje del PIB, ya que esto no es posible debido a la transversalidad del sector. Sin embargo, se pueden comparar las características específicas del consumo deportivo en los respectivos países, teniendo en cuenta las características del país, como las diferentes cifras de población.

Dada la dificultad de medir la cuantificación exacta de la influencia del deporte, debido a las características de este sector, una comparación entre países es muy difícil. Por eso, no se ha encontrado una comparación entre Alemania y España en este tema. Por lo tanto, una comparación completa podría aportar valor a la economía y la sociedad.

- *Estructura del trabajo*

El trabajo se estructura en cuatro partes principales. En la primera parte, por un lado, se presenta un modelo de una definición del sector deportivo y, por otro lado, se creará una delimitación práctica para que se obtenga una idea de lo que se puede incluir en el consumo de deporte.

En el segundo apartado se analiza el consumo de deporte en España. Una parte será la investigación sobre la cultura deportiva, distinguiendo la actividad deportiva practicada por los españoles y el interés de la población en el deporte de alto nivel. Después, se analizará su impacto en los diferentes componentes del PIB.

El tercer punto presenta este mismo análisis para Alemania. En la medida de lo posible, se intentarán evaluar los mismos aspectos respecto al consumo de deporte para garantizar la mayor comparabilidad posible entre los dos países.

Finalmente, se comparan los resultados obtenidos en las partes anteriores teniendo en cuenta cifras de población y macroeconómicas. Esta comparación nos permite llegar a conclusiones sobre la aceptación o el rechazo de las hipótesis planteadas.

2. Definición del consumo de deporte

La definición, o más bien, la delimitación del concepto “consumo de deporte” es la causa por qué la mayoría de las investigaciones cerca de ello han llevado a resultados muy distintos.

El problema es que pese a su importancia económica no existe ninguna cuenta en la contabilidad nacional que incluya todos los gastos relacionado con el deporte. El deporte es como, por ejemplo, también el turismo una industria transversal. Una industria transversal comprende varios sectores o partes de actividades económicas; por lo tanto, no hay un registro exacto en las estadísticas oficiales (Deutsche Nationalbibliothek, 2018). Muchos gastos entran en otras cuentas como por ejemplo nutrición, ropa, ocio o medicina. Por este motivo, existen distintas definiciones del sector “deporte” para medir la contribución a la economía en cada país. Aun así, la Comisión Europea definió el sector en el año 2006, como se recoge en el párrafo siguiente. (Statistisches Bundesamt, 2017)

2.1 Definición *Vilnius*

En el marco de un proyecto de la Comisión Europea un equipo de trabajo “Deporte y economía”, elaboró la denominada Definición *Vilnius* para delimitar el sector de deporte en el año 2006. *Vilnius* es la capital lituana, donde se elaboró dicha definición. El procedimiento general era la definición de todas las categorías de CPA (La Clasificación de Productos por Actividad) que entran en el sector de deporte. La CPA es una clasificación con la que se pueden organizar las mercancías a nivel internacional de una manera comprensible y detallada. Según la CPA más actual del año 2008, hay tres distintos niveles para la definición del deporte: Definición estadística, definición estrecha y definición amplia (véase gráfico 1). El concepto *Vilnius* diferencia entre estas tres definiciones dependiendo de la amplitud de la desagregación, es decir, cuanto más indirecto el impacto del deporte a la economía, más amplia la definición. (Eurostat, 2013)

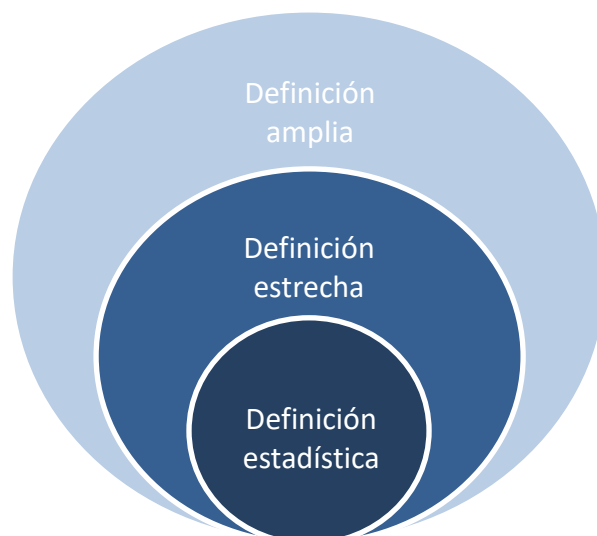


Gráfico 1: Los tres niveles del modelo Vilnius, (Studlib, 2018)

La definición estadística de deporte corresponde con la categoría actual “servicios deportivos” (93.1) según la clasificación CPA2008 incluyendo varias subcategorías como servicios de explotación de instalaciones deportivas, clubes de deporte, asociaciones de deporte, equipos deportivos profesionales. La definición estrecha se caracteriza además por todos los productos y servicios que son necesarios para hacer deporte teniendo en cuenta todos los sectores que prestan servicios o productos al deporte, ej. el sector “construcción” se dedica en parte a la creación de infraestructura para el deporte (polideportivos, piscinas de interior, etc.). Por último, la definición amplia incluye todo de la definición estadística y estrecha y añade todos los productos y servicios que están relacionados (directamente o indirectamente) con cualquier actividad deportiva pero no necesariamente para hacer deporte, como por ejemplo, las apuestas deportivas, revistas deportivas o programas deportivos en la televisión. (Comisión Europea, 2006)

2.2 Posible definición del consumo de deporte

La definición *Vilnius* se concentra en delimitar el valor creado por el deporte. En el marco de este trabajo, se analizarán principalmente los gastos realizados por los hogares. Una desventaja de la definición *Vilnius* es que independiente de la definición incluye gastos que no están relacionados con el deporte, y además no tiene en cuenta gastos importantes vinculados con el deporte. Por lo tanto, se ha de definir este concepto de otra manera. A continuación, se presentará una posible definición basada en los gastos principales de los hogares en el deporte.

Independiente de la delimitación del sector se puede subdividir los gastos para el deporte en dos tipos de consumo: El consumo activo y el consumo pasivo.

El consumo activo se refiere a gastos relacionados con la actividad deportiva. Se incluye tanto los gastos para la actividad como todos los productos y servicios que son relacionados con la actividad. En el marco de este trabajo se ha creado y visualizado una delimitación propia para el consumo de deporte basándose en el trabajo de Breuer, 2013 (véase tabla 1 y tabla 2). Como se puede ver en el la tabla 1, el consumo activo incluye cuatro gastos principales.

- Los gastos para la actividad deportiva representan los pagos que uno tiene que realizar para hacer el deporte como las contribuciones a clubes deportivos o entradas a campos deportivos.
- El segundo aspecto, los bienes relacionados con la actividad lo cual se refiere a todos los bienes que están utilizados para la actividad, excluyendo la construcción de instalaciones deportivas. Los bienes principales son relacionados con productos de cuidado personal, alimentación, material deportivo, zapatos y ropa de deporte y medios y tecnología de información.
- Tercer punto son aspecto, los servicios relacionados con la actividad deportiva se refieren a seguros, servicios médicos y diagnóstico de rendimiento, lo cual es una tendencia reciente.
- Por último, los viajes de deporte y el transporte a la actividad, está excluido en muchos cálculos sobre el consumo de deporte porque resulta complicado medir el impacto preciso.

Tabla 1: La delimitación del consumo activo de deporte, visualización propia basándose en Breuer 2013

Consumo activo de deporte			
Actividad deportiva	Bienes relacionados con la actividad deportiva	Servicios relacionados con la actividad deportiva	Viajes de deporte / transporte
Contribuciones	Cuerpo (cuidado personal, alimentación)	Seguros	
Entradas	Artículos de deporte (material deportivo, zapatos y ropa de deporte)	Diagnóstico de rendimiento	
	Medios y tecnología de información	Servicios médicos	

El denominado consumo pasivo de deporte designa la participación pasiva en una actividad deportiva que es a menudo el deporte de alto nivel. Se puede dividir el consumo de cuatro categorías: *merchandising* para fans y coleccionables, apuestas deportivas, donaciones y pertenencia pasiva a clubes y la asistencia directa e indirecta a un evento deportivo. La asistencia directa lleva los gastos de las entradas, alojamiento y alimentación (en caso de que sea un viaje a un evento deportivo). La televisión de pago y los gastos para ir a un bar para ver un evento deportivo representan los gastos para la asistencia indirecta.

Tabla 2: La delimitación del consumo pasivo de deporte, visualización propia basándose en Breuer 2013

Consumo de deporte pasivo			
Merchandising para fans y coleccionables	Apuestas deportivas	Donaciones y pertenencia pasiva a clubes	Asistencia directa/ indirecta a un evento deportivo
			Televisión de pago
			Alojamiento, alimentación, bar para televisión de pago
			Entradas

Como estos gastos no existen como categoría en la cuenta nacional, no es posible calcular el impacto económico en esta manera. Por esta razón, en varios países se realizan encuestas para estimar los valores correspondientes.

Teniendo en cuenta todos estos gastos, se puede recoger la actividad principal del consumo de deporte. Aun así, el impacto económico va mucho más allá de esto debido al hecho que muchos sectores benefician de esta actividad. Por ejemplo, un partido de fútbol de la primera división española tiene un valor de 500.000. Muchas empresas benefician como el suministro de seguridad o la energía. (Blázquez, 2015)

En todos los cálculos sobre el impacto económico del deporte se excluye el valor del trabajo voluntario. Sin embargo, ha de destacar la importancia y el valor del trabajo voluntario. En total, se trabajan cada año 557 millones de horas en los clubes alemanes que añadiría un valor de 8,5 mil millones de euros (Schubert et al, 2006, pág. 3).

3. Consumo de deporte en España

3.1. Cultura deportiva en España

Antes de analizar el impacto económico de un país hay que destacar las características de la cultura deportiva correspondiente. La actitud hacia el deporte es uno de los factores claves que influyen en los gastos relacionados con el deporte. Acerca de esto hay que distinguir entre el deporte activo y el deporte pasivo lo cual puede variar significativamente. Para analizar la cultura deportiva española se utilizan principalmente datos de la “Encuesta de Hábitos Deportivos 2015” y el “Anuario de Estadística deportiva” realizados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Empezando por la parte activa del deporte se puede observar que en España más de la mitad de la población practica deporte al menos una vez al trimestre. Casi la mitad (46,2% de la población investigada) practica deporte al menos una vez a la semana y 19,5% todos los días (véase gráfico 2).

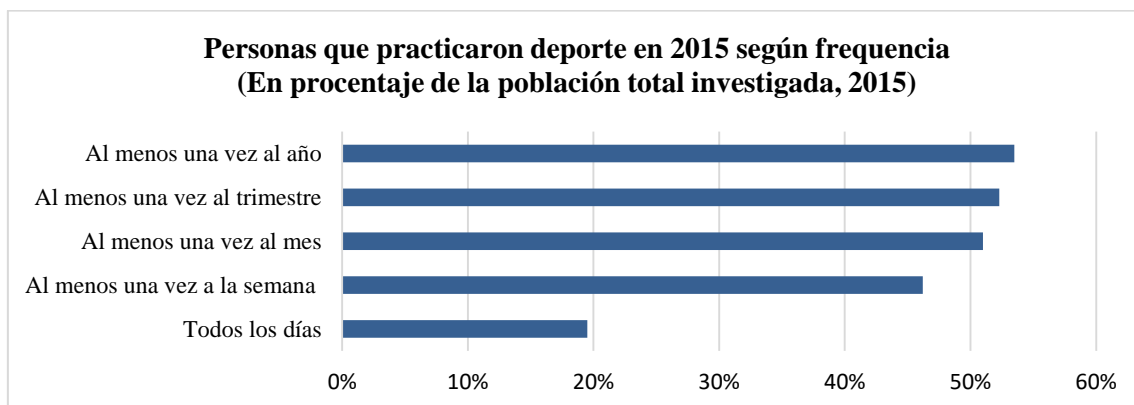


Gráfico 2: Personas que practicaron deporte en 2015 según frecuencia en España (MECD, 2015)

Después de haber analizado cuantas personas practican deporte, se ha de averiguar cuáles son los deportes más populares, ya que distintos deportes implican diferentes niveles de gastos (véase gráfico 3). Se puede decir que para hombres el ciclismo y la natación son los deportes más practicados y para mujeres es la gimnasia (suave e intensa). El deporte en equipo más practicado es el fútbol (11, 7 y fútbol sala). Cabe destacar la importancia del pádel, un deporte que no existe en otros países europeos. Hay que subrayar que estos datos se refieren al deporte activo.

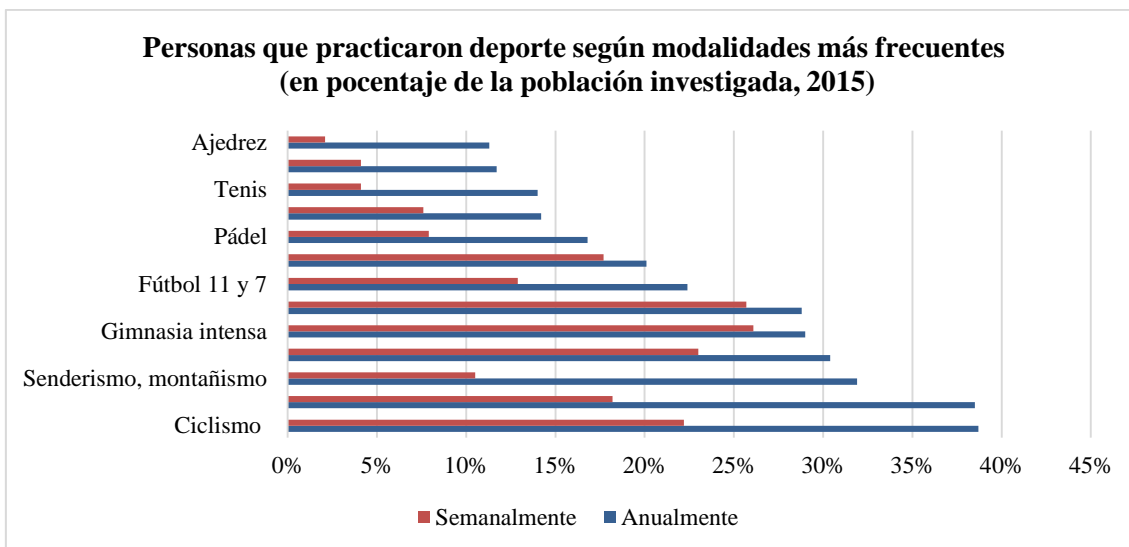


Gráfico 3: Personas que practicaron deporte según modalidades más frecuentes en España (2015), (MECD, 2015)

En cuanto a los motivos principales por los que han practicado deporte en 2015 se puede observar que el motivo principal para los españoles es “estar en forma”. En segundo lugar se encuentra el motivo diversión o entretenimiento. Además, el efecto relajante y que a la gente le gusta el deporte en sí, son motivos muy importantes (véase gráfico 4).

El deporte en España se basa en clubes deportivos que ofrecen una enseñanza sobre todo



Gráfico 4: Motivos principales por los que han practicado deporte en España (2015), (MECD, 2015)

para niños y jóvenes. En el año 2016 existían 66.004 clubs deportivos en España con un número promedio de licencias de 54,3 por club. Además, el ministerio de educación , cultura y deporte ofrece enseñanzas deportivos que tienen cada año más participantes. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017, pag. 25)

La organización deportiva se fundamenta en “un sistema de colaboración mutua entre los sectores público y privado” (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2018). Los dos se centran en fomentar, promocionar y desarrollar las actividades y prácticas físico-deportivas. Las entes principales del sector público son: el consejo superior de deportes, Direcciones Generales de Deportes de la Comunidades Autónomas y Entes Locales. Por otro lado, las instituciones del sector público son el Comité Olímpico Español, las Ligas Profesionales, Federaciones Deportivas Españolas, Federaciones Deportivas Autonómicas y Entidades Asociativas Deportivas. Además, existen la Asociación de Deportes Olímpicos y la Ayuda al Deportista Objetivo Olímpico que se basan en un sistema de financiación mixta. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2018)

Con referencia al deporte pasivo, la encuesta de hábitos deportivos indicó que la población española da mucha importancia a ciertos tipos de deporte, lo cual puede provocar mucha pasión entre la gente. El gráfico 5 muestra que cuatro por cada cinco personas han asistido o han accedido por medios audiovisuales a algún espectáculo deportivo en el año 2015. Más de un 37% han asistido a un espectáculo, mientras casi un 80% ha accedido por medios audiovisuales. En 2017, 82% de los adultos españoles han asistido o visto un espectáculo. (MECD, 2015, pág. 72)

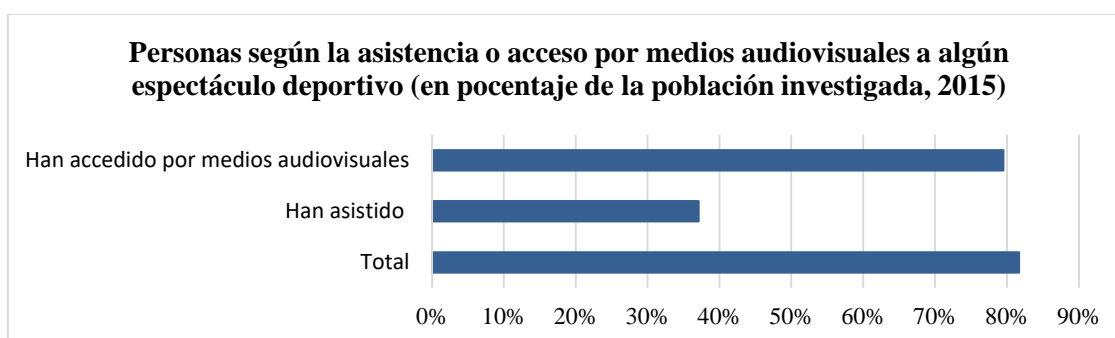


Gráfico 5: Personas según la asistencia o acceso por medios audiovisuales a algún espectáculo deportivo en España (2015), (MECD, 2015)

Otro hecho que demuestra la importancia del deporte profesional para la población es que más de la mitad de la población suele informarse acerca del deporte por prensa o medios audiovisuales al menos una vez a la semana (véase gráfico 6).

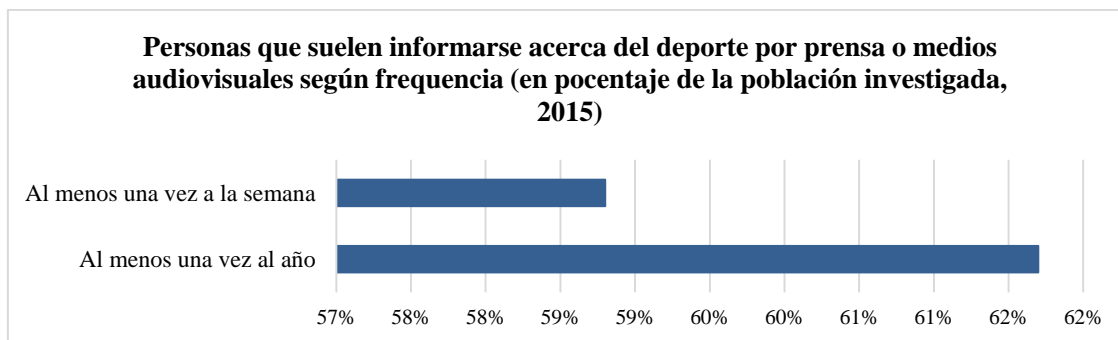


Gráfico 6: Personas que suelen informarse acerca del deporte por prensa o medios audiovisuales según frecuencia en España (2015), (MECD, 2015)

Un papel clave ocupa el fútbol en España. Entre los deportes más seguidos, el fútbol toma el primer lugar con 64% de la población en 2013. En segundo lugar se encuentra la fórmula 1, la cual sufría un declive durante los últimos años. Otros deportes muy seguidos son el tenis (41%), el baloncesto (37%), MotoGP (31%), Ciclismo (23%), atletismo (17%) y el balonmano (14%). (Expansión, 2013)

Cabe destacar la importancia social y económica de algunos pocos clubes de fútbol en España. Sobre todo, hay que mencionar el FC Barcelona y el Real Madrid. El Real Madrid lidera hace 10 años la lista de los 20 clubes más ricos del mundo, según Deloitte.

Si se observa el deporte de una manera profesional a un nivel internacional, España se encuentra en el decimotercer lugar de clasificación mundial de las grandes naciones del deporte llevado a cabo por Havas Sports y Entertainment en el año 2012. Esta clasificación se basa en los resultados de los juegos olímpicos y los campeonatos del mundo pasados en 53 deportes diferentes. España ha rendido muy bien en los deportes que reciben atención de medios de comunicación como el fútbol, formula 1, baloncesto y tenis. Esto influye positivamente en el consumo de deporte pasivo. (Havas Sports & Entertainment, 2012)

3.2. El impacto económico del consumo de deporte en España

A continuación se analizará el impacto económico del deporte. Cómo este trabajo se centra en el consumo de deporte, el análisis del consumo de los hogares será más profundo. Después, se analizará brevemente el impacto del deporte en los otros componentes de la ecuación del PIB nacional de España. Para el cálculo del PIB de una economía existen tres formas básicas:

1. Basado en gastos
2. Basado en ingresos
3. Procedimiento de la oferta o del valor agregado

Durante el análisis de este trabajo se utilizará el procedimiento basado en gastos:

$$PIB = C + G + I + (X - IM)$$

Consumo: En el contexto del cálculo del gasto (enfoque del gasto), se determinan en primer lugar todos los gastos efectuados por los consumidores de un país para la compra de productos finales. Bajo los productos finales se entiende que significa que este tipo de bienes y servicios se pueden comprar directamente o consumidos y no están incluidos en otro proceso de producción.

Gasto público: Para el valor de todos los productos finales adquiridos de forma privada y de todos los servicios prestados se añade el consumo del Estado (por ejemplo, el gasto en servicios o gastos públicos para el mantenimiento de las fuerzas de seguridad de un país, etc.).

Inversión: Además, se suma toda la inversión bruta. Una inversión bruta, sea pública o privada, es una inversión comprada o producida (por ejemplo, una máquina, fábrica o el edificio de una universidad y su equipo).

Contribución neta (X-IM): Por último, pero no menos importante, se agrega la contribución neta (exportaciones menos importaciones) (Freie Universität Berlin, 2018)

Analizando y comparando el impacto económico del consumo de deporte, vuelve a surgir el problema de la definición. Por lo tanto, para el análisis individual, se utilizarán los datos recopilados por los ministerios e institutos nacionales. Para comparar, no obstante,

se utilizarán estudios internacionales realizados por institutos internacionales, como por ejemplo Eurostat, para poder llegar a conclusiones.

3.2.1. Gasto de los hogares en el consumo de deporte en España

El gráfico 7 muestra el gasto de los hogares en el consumo de deporte en España entre los años 2007 y 2015, según la Encuesta de Presupuestos Familiares realizada por el Instituto Nacional de Estadística. Se puede observar que los gastos sufrieron un ligero descenso durante la crisis financiera, aunque el “sector” se recuperó en 2015 respecto al año anterior con un crecimiento interanual de 5,5% a más de 4,4 mil millones de euros. Cabe destacar que el sector deportivo se ha mantenido bastante estable durante la crisis considerando que se supone que son gastos que se reducen cuando la renta baja. Según Pablo Burillo¹, el sector “es estable desde 2008 gracias al constante crecimiento de los clubes de fútbol, de los gimnasios, del turismo deportivo o de la formación de sus profesionales” (citado por: Blázquez 2015). Otro factor que ha ayudado al sector manteniendo su nivel han sido las apuestas deportivas que han crecido incluso durante la crisis (Marc, 2014).

Considerando que la población en España se situó en 46,43 millones de personas, los gastos en deporte por persona alcanzaron 96,7 euros y por hogar 241,6 euros (INE, 2016, pág. 1). Los españoles gastaron en total 503,8 mil millones de euros en dicho año lo que significa que cada persona en España gastó 10.940 euros en promedio en 2015. Suponiendo que a nivel medio hay 2,5 personas por hogar, resulta un gasto por hogar de 27.420 euros en promedio (INE, 2016). Si se ponen estas cifras en un contexto global, se puede concluir que los gastos relacionados con el deporte representaron un 0,9% de los gastos totales efectuados por los hogares en el año 2015.

¹ director de Economía y Gestión Deportiva de la Universidad Camilo José Cela

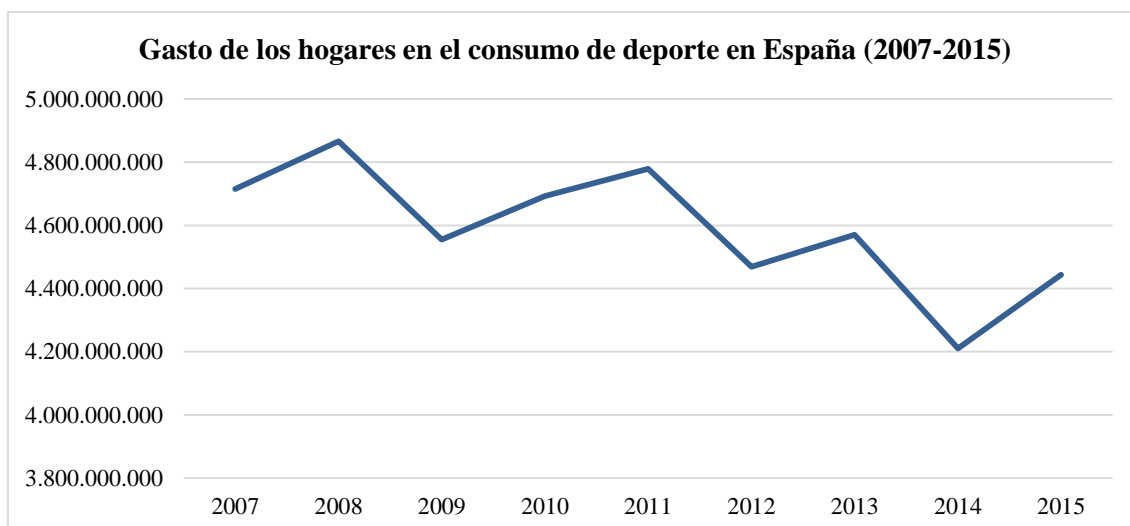


Gráfico 7: Gasto de los hogares en el consumo de deporte en España (2007-2015) (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017, pág. 19)

La mayor parte de los gastos provienen de los servicios recreativos y deportivos con un 74,5% (véase gráfico 8). La importancia de los servicios en este sector se refleja, entre otros, en la cuota de las empresas existentes que se dedican a prestar servicios deportivos. De las 33.071 empresas deportivas en España, un 79,2% se centran en servicios vinculados con la actividad deportiva (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017, pág. 18). Aun así, hay que tener en cuenta qué tipos de servicios entran en los cálculos del Instituto Nacional de Estadística. Hablando de los servicios recreativos y deportivos, están incluidos gastos que no pertenecen al campo definido del consumo de deporte (véase anexo 1). Los servicios recreativos y deportivos tienen en cuenta, entre otras cosas, gastos en parques para niños, parques de atracciones, ferias, alquiler de equipo para el deporte como barcos y caballos etc.

En segundo lugar son los gastos en equipos para deporte y sus reparaciones con 619 millones de euros en 2015. Esto representa un 13,9 % de los gastos totales vinculados con el deporte. Refiriéndolo a la definición del deporte activo, esta cifra iguala a la posición “artículos de deporte” como, por ejemplo, pelotas de tenis, zapatos, protectores etc. Aun así, se incluyen gastos como equipo de camping (mochilas, colchones de aire etc.), lo cual pertenece más bien al campo de la recreación “no-deportiva” que al campo de la actividad deportiva.

Los grandes equipos relacionados con el deporte y reparaciones que representan un 3,7 % de los gastos se refieren a bienes como caravanas, aeroplanos, ultraligeros, aviones sin motor, ala delta etc. Estos gastos también sufren del hecho que no existe una desagregación más precisa. Esto lleva a que también se incluye, por ejemplo, las reparaciones de instrumentos musicales.

La última posición principal son las bicicletas, en las que los españoles gastaron 347 millones de euros en el año 2015. Este número contiene tanto la compra como las reparaciones seguidos. En 2013 la industria registró un volumen de ventas de más de un millón de bicicletas y 15.000 personas empleadas de forma directa (Blázquez, 2015).

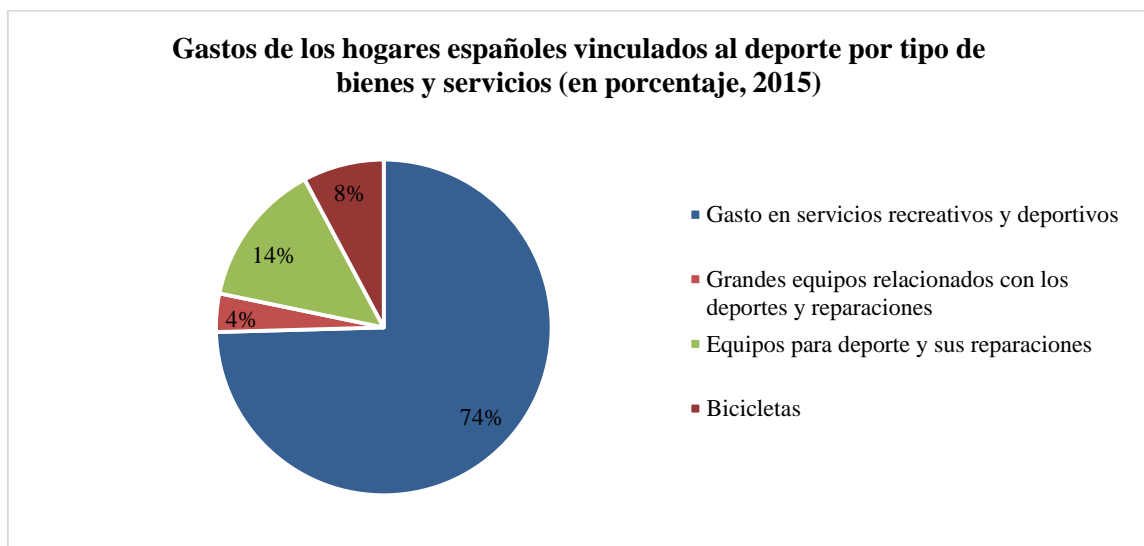


Gráfico 8: Gastos de los hogares españoles vinculados al deporte por tipo de bienes y servicios (2015), (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017)

Por parte del deporte activo, se ha analizado antes que la población española es muy activa con referencia al deporte. Una industria muy fuerte con un rápido crecimiento son los gimnasios, beneficiando de la tendencia de un estilo de vida muy saludable (Blázquez, 2015). 5,04 millones de españoles son miembros en un gimnasio lo que representa un 10,9% de la población (Suhr, 2017). En 2016 había 120.000 más usuarios de gimnasios que en 2015 (Villaécija, 2017). En el año 2014 los gimnasios facturaron unos 770 millones de euros. Una tendencia muy reciente son las cadenas *low-cost* de las cuales existen 50 en España (Blázquez, 2015). Otra industria muy fuerte relacionada con el deporte activo son las tiendas deportivas. Según el Observatorio Sectorial DBK, las tiendas deportivas facturaron 3.900 millones de euros en 2014. Un tercio de esto vendió

la cadena de tiendas deportivas “Decatlón” (Observatorio Sectorial DBK citado por Blázquez, 2015).

Por parte del deporte pasivo, el sector que está creciendo más rápido son las apuestas deportivas. La facturación de las apuestas deportivas online alcanzó unos 3.041 millones de euros. En general, las empresas de apuestas ofrecen sus servicios en casi todos los deportes. Aun así, los principales deportes siguen siendo el fútbol, el baloncesto y el tenis (ED Economía Digital, 2016).

Otro punto clave en cuanto al deporte pasivo son los clubes deportivos profesionales. Sobre todo los clubes de fútbol que sirven como motor de la economía de España y forman parte decisiva en los gastos de los españoles. Los espectáculos de fútbol atraen a gente de todo el mundo. Esto tiene influencia en el turismo en España y entra en los cálculos acerca de las exportaciones. Según un estudio de KPMG, los aficionados de fútbol en España gastaron más de 2,8 mil millones de euros en 2013. Los gastos principales son las apuestas online (923 millones de euros), seguidos de las entradas (600 millones de euros) y la televisión de pago (515 millones de euros). Incluyendo el impacto directo e indirecto, KPMG indica que el fútbol tiene un impacto de 7,8 mil millones de euros lo cual representa un 0,75% del Producto Interior Bruto Nacional de España. Este volumen enorme es, sobre todo, debido a los tres clubes principales Real Madrid, FC Barcelona y Atlético de Madrid que pertenecen a la élite mundial (KPMG, 2015, pág. 8).

El Anuario de Estadísticas Deportivas de 2017 permite cuantificar el impacto económico en España, tanto como analizar las propiedades del comportamiento de consumidores españoles. Aun así, no nos deja comparar los resultados con las estadísticas de estudios en otros países como Alemania. Esto se debe a una metodología distinta y una delimitación diferente.

Como consecuencia, para la comparación del impacto económico de los gastos de los hogares se utilizan los datos armonizados a nivel europeo realizado por Eurostat en 2016. Los datos se derivan de encuestas ya existentes en la Unión Europea (UE) del año 2010, ya que hasta ahora no se ha recopilado información específica dedicada solo al deporte a nivel de la UE. Lo importante es, no obstante, que esos datos se complementan con los índices armonizados de precios al consumidor (IPCA) de la UE para los principales bienes

y servicios deportivos. Los resultados se refieren en la mayor medida posible a las mismas cuentas de la clasificación del consumo individual por finalidad (COICOP) que en la encuesta española (véase anexo 2) (Eurostat, 2017). Para garantizar resultados comparables Eurostat mide los gastos de los hogares con el denominado “Estándar de Poder Adquisitivo”. El Estándar de Poder Adquisitivo (EPA) utiliza una moneda artificial que se llama paridad de poder adquisitivo (PPA). Los PPAs nos dicen cuántas unidades monetarias cuesta una determinada cantidad de bienes y servicios en diferentes países, es decir, con una unidad de PPA se puede comprar la misma cantidad de bienes y servicios en cada país. Para calcular los PPAs se divide un agregado económico de un país expresado en la moneda nacional por la paridad de poder adquisitivo correspondiente (Eurostat, 2018).

Los resultados de Eurostat se basan en los mismos datos que los datos usados en el estudio del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, agrupados diferentemente. En el anexo se enumeran las posiciones incluidas en cada estudio. Según Eurostat, los hogares españoles gastaron 261,6 PPA en bienes y servicios deportivos en el año 2010. Esta cifra está compuesta por 191,4 PPA para servicios recreativos y deportivos, 37,6 PPA para el equipamiento para deporte, camping y recreación al aire libre, 27,2 PPA para bienes durables para la recreación exterior, 4,4 PPA para bienes durables para la recreación interior y 1,1 PPA para el mantenimiento y sus reparaciones de los bienes durables (véase gráfico 9). Estas cifras son los datos armonizados más actuales que se ha encontrado a nivel europeo (Eurostat, 2016).

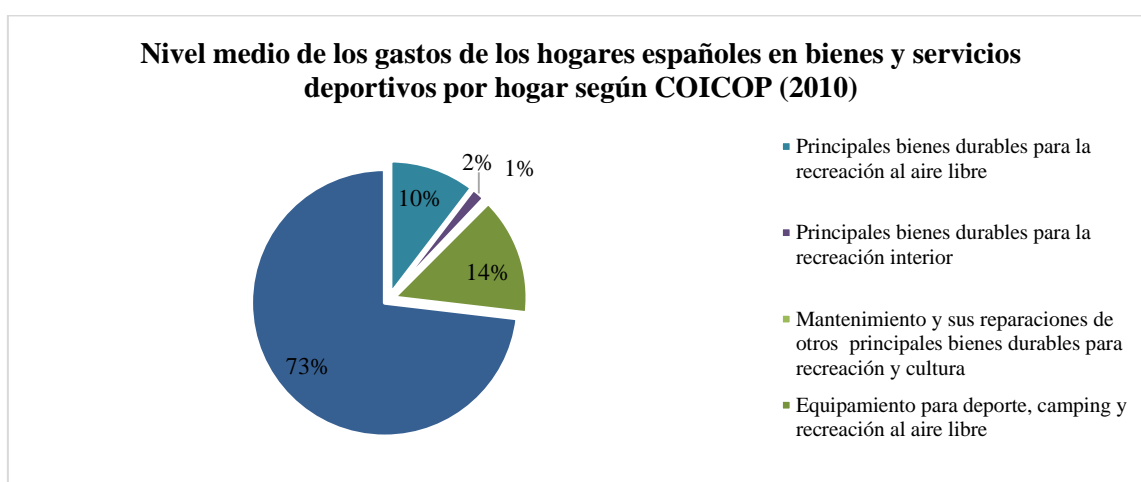


Gráfico 9: Nivel medio de los gastos de los hogares españoles para bienes y servicios deportivos según COICOP (2010), (Eurostat, 2016)

3.2.2. Gasto público en el deporte en España

Como se ha mencionado en la introducción de este trabajo, el deporte juega un papel muy importante en la sociedad. Por lo tanto, el gobierno español da mucha importancia al fomento del deporte de masa y al deporte para la integración. A continuación, se analizarán los gastos de la administración pública en el deporte. La administración pública en España tiene tres niveles distintos: la administración general del gobierno, la administración autonómica y la administración local. El gráfico 10 muestra los gastos de las administraciones públicas entre los años 2010 y 2015. Se puede observar que entre 2010 y 2013 todas las administraciones públicas recortaron los gastos en el deporte y después volvieron a aumentar el fomento hasta 2015. La administración general del estado llegó a gastar en deporte a 139 millones de euros en 2015. Con este dinero se fomentó principalmente los siguientes programas: fomento y apoyo a las actividades deportivas, deporte en edad escolar y en la universidad y la cooperación, promoción y difusión en el exterior con respecto al deporte. Todo sumado representa aproximadamente un 0,01% del PIB español. Las administraciones autonómicas dedicaron sus gastos (299 millones de euros en 2015) sobre todo a programas relacionados con el fomento, la promoción y el apoyo al deporte o a sus infraestructuras. Estos gastos forman un 0,03% del PIB nacional de España. La mayor parte de los pagos, no obstante, los realizaron las administraciones locales. Los gastos se refieren a todo lo relacionado con el deporte como la promoción o la construcción y mantenimiento de instalaciones. En 2015, las administraciones locales liquidaron 2,115 mil millones de euros lo cual representa un 2,87% de su gasto liquidado total y un 0,2% del PIB español. En el anexo 3 se encuentra la delimitación de los cálculos. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017, pág. 20)

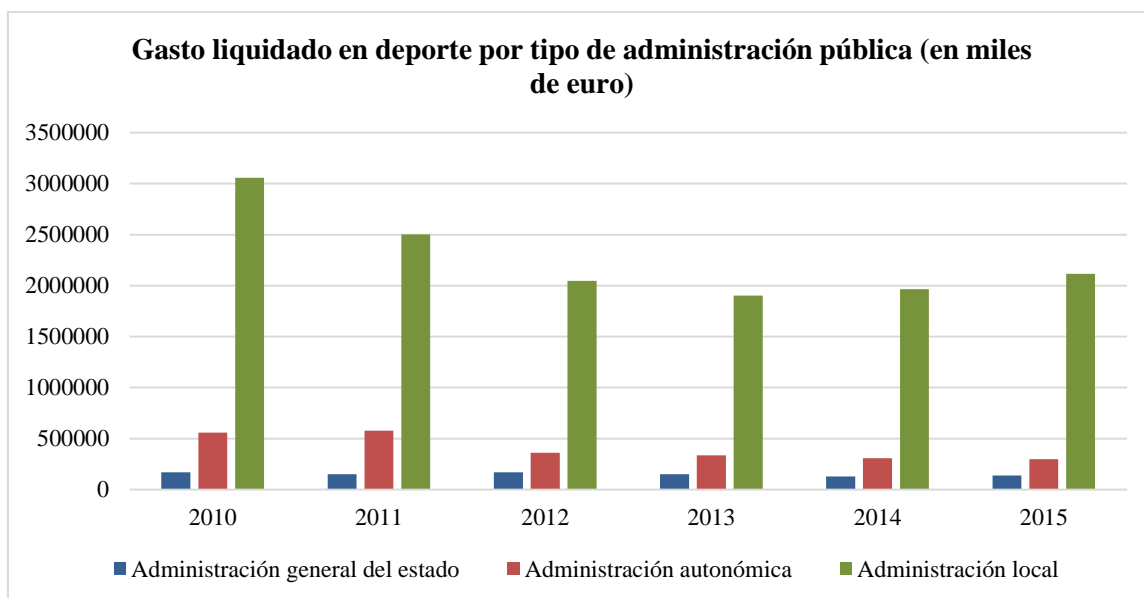


Gráfico 10: Gasto liquidado en deporte por tipo de administración pública en España (2010-2015), (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017, pág. 20)

3.2.3. Inversiones relacionadas con el deporte en España

Por definición de las inversiones como componente del PIB, entrarían solamente las inversiones de activas de los fabricantes de artículos de deporte. A este respecto, no se ha encontrado datos específicos. Dentro del gasto público, no obstante, se puede identificar inversiones públicas como, por ejemplo, la construcción y el mantenimiento de las instalaciones deportivas. Muchas de esas inversiones están realizadas por las administraciones locales lo que explica la alta contribución de dichas administraciones.

En cuanto a las instalaciones deportivas, los datos más actuales son del año 2005. Se estima que existen más de 79 mil instalaciones deportivas en España. Además, hay en total más de 176 mil espacios deportivos. El gráfico 11 muestra los espacios deportivos por tipología en el año 2005. La mayor cantidad son las pistas (45,9%), seguidos de los vasos de piscinas y las salas. Aparte de los espacios convencionales, hay los espacios singulares como, por ejemplo, los campos de golf. Los espacios singulares representan un 5,7% de los espacios deportivos. Sobre las nuevas construcciones de instalaciones deportivas y sus valores no se ha encontrado datos oficiales. (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017, pág. 30)

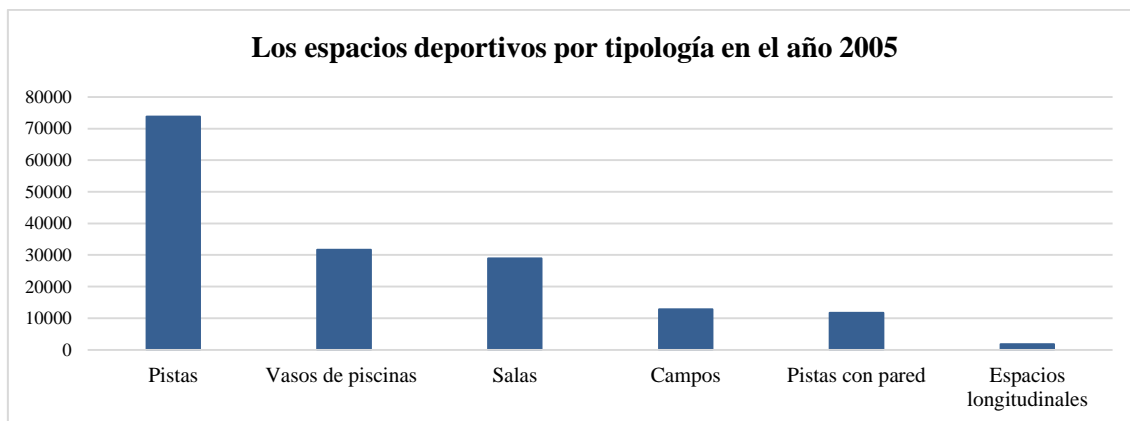


Gráfico 11: Número de los espacios deportivos por tipología en España (2005), (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017)

3.2.4. Comercio exterior relacionado con el deporte en España

El último componente del PIB a analizar es el sector exterior de España. En el siguiente capítulo se evaluarán las características del comercio exterior de bienes deportivos y la prestación de servicios al exterior, centrándose en el servicio principal: el turismo deportivo.

En el gráfico 12, se puede observar claramente que España ha importado continuamente más bienes deportivos que exportado al exterior durante los últimos años. Mientras las exportaciones se han mantenido estables durante los últimos años con un valor máximo de 835 millones de euros en 2015, las importaciones han aumentado significativamente en el año 2010, normalizándose entonces hasta 2013. En el año 2015 las importaciones alcanzaron un valor de 1,561 mil millones de euros. Esto implica un déficit en cuanto al comercio exterior de bienes deportivos de 726 millones de euros (Eurostat, 2018). La mayor parte de los bienes deportivos producidos en España se venden a países de la Unión Europea (83,3%). Solamente un 3% de sus ventas al exterior se realiza a los Estados Unidos y un 2,9% a países de América Latina. El 10,8% de los bienes vendidos van al resto del mundo. Como la mayoría de los bienes deportivos se producen a gran escala, una parte significativa (39,1%) se importa de China. Se trata, sobre todo, de productos como ropa y zapatos deportivos, así como equipos deportivos básicos. El resto de los bienes se importa de la Unión Europea (45,7%), Estados Unidos (1,8%) y el resto del mundo (13,4%) (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017, pág. 22).

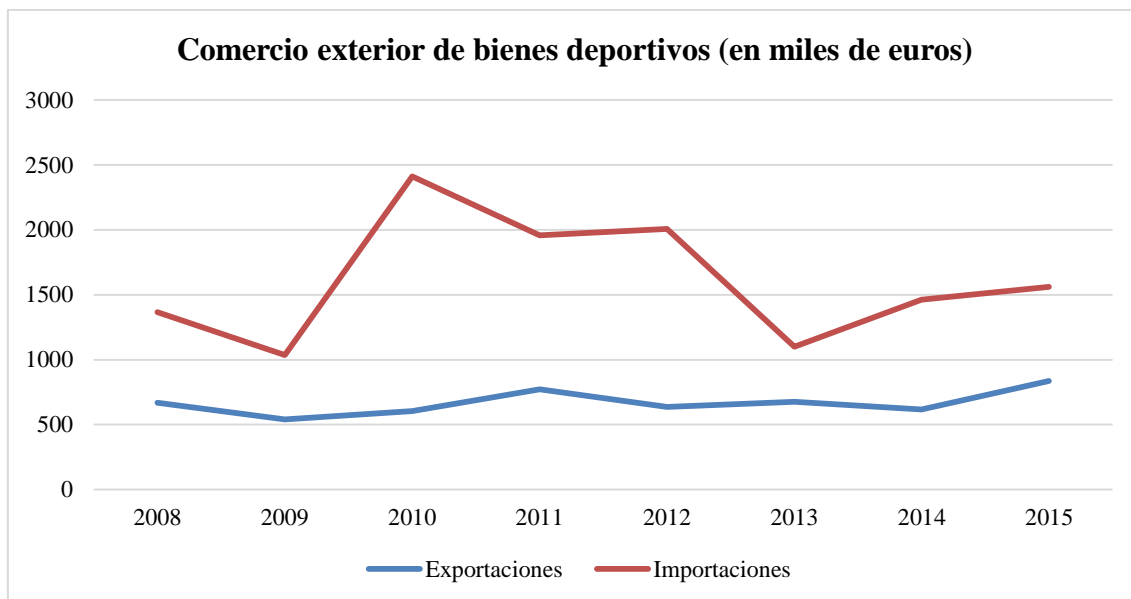


Gráfico 12: Comercio exterior de bienes deportivos en España (2008-2015), (Eurostat 2018)

El gráfico 13 revela las categorías de bienes principales en cuanto a las exportaciones de España. Más de un cuarto de los bienes exportados (29%) están relacionados con deportes náuticos como, por ejemplo, embarcaciones deportivas que suponen un gran valor por unidad. Juntando ropa deportiva y calzado deportivo, estos forman la segunda categoría con 197 millones euros facturados. Casi unos 170 millones de euros de equipos de gimnasio y “GymSwim” han sido exportados, lo que supone un 20% de las exportaciones. La última categoría importante son las bicicletas con una facturación al exterior de 108 millones de euros (13%) (véase las definiciones de las categorías en el Anexo 4).

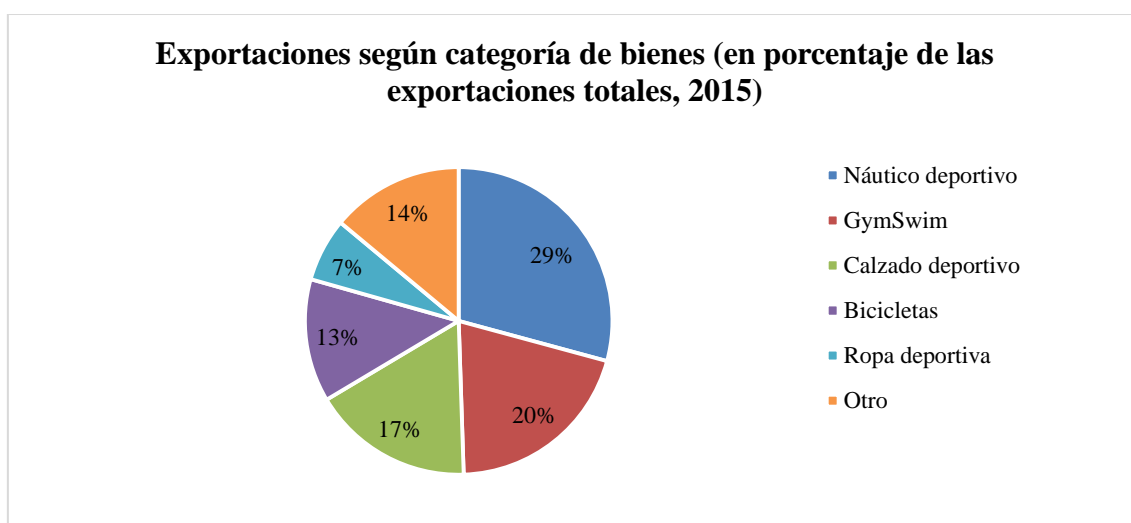


Gráfico 13: Exportaciones de bienes deportivos según categoría de bienes en España (2015), (Eurostat, 2018)

Como se ha mencionado antes, España importa mucha ropa y calzado deportivo del exterior, sobre todo de China. Por lo tanto, estas importaciones representan la facturación principal con un 38% de las importaciones totales. Los equipos de gimnasio y *GymSwim* juegan también un papel importante en las importaciones, facturando casi unos 300 millones de euros en 2015. En término relativos, España importa menos bienes de náutico deportivo que exporta (13%). Las importaciones restantes se pueden asignar a las categorías: esquí, patines, golf, raquetas, balones, pesca, paracaídas y armas deportivas. Estas categorías representan tanto en las exportaciones como en las importaciones porcentajes entre un 1% y un 4% (véase gráfico 14).

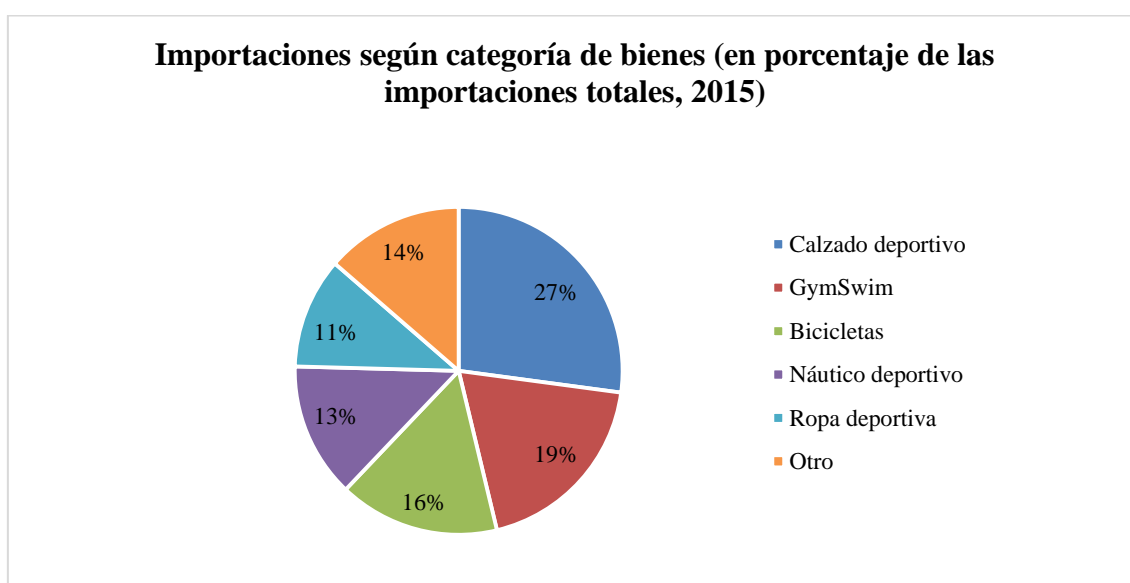


Gráfico 14: Importaciones de bienes deportivos según categoría de bienes en España (2015), (Eurostat 2018)

Analizando el impacto económico del sector exterior, hay que tener en cuenta, aparte del comercio de bienes deportivos, los servicios relacionados con el deporte. Una parte principal en cuanto a los servicios es el turismo por motivos relacionados con el deporte, lo que tiene un impacto directo e indirecto. Mientras el impacto directo incluye todos los gastos relacionados con la actividad deportiva, sea activa o pasiva, el impacto indirecto se refleja en todo los gastos efectuados por los turistas viajando a España por motivos vinculados con el deporte (alojamiento, alimentación etc.). El turismo deportivo tiene un crecimiento muy rápido y crea adquisiciones posteriores de bienes españoles (Brujo², citado por Blázquez 2015). Considerando que España fue un líder del mundo de turismo

² Gonzalo Brujo de Interbrand

en el año 2016, según el Foro Mundial Económico, merece la pena analizar este aspecto con más profundidad (Pressreader, 2017).

Los gastos efectuados por los viajeros españoles y los turistas del extranjero pueden ser asignados al consumo de deporte activo y pasivo. Los motivos pueden ser actividades, como, por ejemplo, deportes náuticos por los que España ofrece muchas oportunidades, pero también pueden ser pasivos, como, por ejemplo, el viaje por un partido de Real Madrid (Blázquez, 2015).

El número de viajes nacionales de residentes españoles y turistas entrando a España por motivos deportivos aumentó en 2016 con respecto al año 2015. En dicho año habían 1,413 millones, lo que supone un aumento de 46,4% con respecto al año anterior (965 miles de personas en 2015) (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017, pág. 23). Se estima que los residentes de España en total gastaron 1,01 mil millones de euros durante sus viajes, mientras los turistas internacionales efectuaron gastos de incluso 1,384 mil millones de euros (véase gráfico 15). Esto permite concluir que cada turista internacional entrando gasta unos 979 euros a nivel medio. En total, había 75,3 millones de llegadas de turistas internacionales a España en el año 2016 lo que supuso un gasto de los mismos de 77.000 millones de euros (Ministerio de Energía Turismo y Agenda Digital, 2017, pág. 2). Por consecuencia, un 1,9% de todos los turistas realizaron su viaje a España por el deporte como motivo principal. Además, se puede concluir que 1,8% de los gastos de turistas internacionales se basan en viajes deportivos.

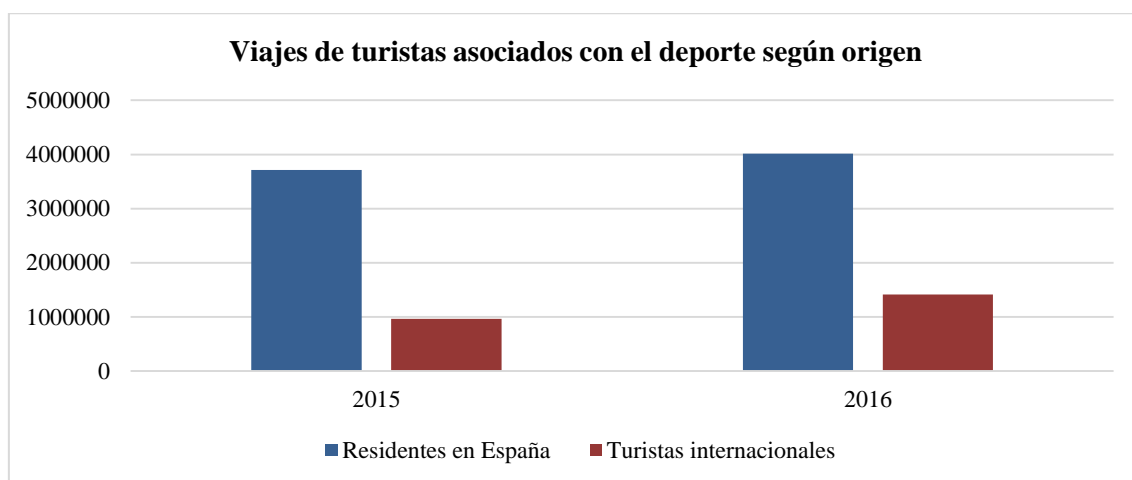


Gráfico 15: Viajes de turistas asociados con el deporte a España según origen (2015-2016), (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2017)

Aparte de este impacto directo medible, el deporte tiene gran influencia sobre la marca “España”. Según una encuesta realizada por KPMG, el deporte se encuentra en el segundo lugar entre los aspectos principales que crean la marca “España”. Los resultados indican que el deporte es incluso más importante para la marca que la comida y la cultura. Dentro del deporte, la gente considera el fútbol como lo más importante seguidos del tenis y del baloncesto. Esto implica un impacto económico indirecto que no es medible (KPMG, 2015, pág. 45).

3.3. Tendencias del consumo de deporte en España

En general, se puede afirmar que, a largo plazo, la proporción de ciudadanos que practica deporte aumenta en España. Como se ha mencionado antes, un 54% de los españoles practicaron deporte al menos una vez en 2015. Esto supone más del doble desde el año 2005 (25%). Esta cifra tomó un valor de 37% en 2010 lo que muestra que había un aumento continuo durante los últimos años. Por lo tanto, se puede suponer que este valor sigue creciendo, pero probablemente de manera más lenta (SportCMD, 2016). El hecho de que más gente practique deporte tiene obviamente influencia directa sobre el consumo de deporte refiriendo a los gastos efectuados.

Los cálculos acerca el consumo de deporte no incluye a plenitud los denominados “eSports”. Se define los *eSports* como “un videojuego multijugador jugado competitivamente para los espectadores, generalmente por jugadores profesionales” (Oxford living dictionaries, 2018). Es el primer deporte surgido debido a la era digital y ha crecido mucho durante los últimos años. Manuel Moreno, director general de la organización de *eSports* más grande de España, señala a las similitudes entre los deportes tradicionales y los *eSports* como las emociones que genera el deporte en los fans y los jugadores durante la competición y la existencia de un *star system* y una gran atención de los medios. En España existen unos 7 millones de consumidores activos y pasivos de *eSports* lo que implica que un 15,5% de la población española sigue activamente este deporte (Cibersur, 2017). Otra parte de población no considera los *eSports* como deporte por su ausencia de actividad física. Desde este punto de vista habría que cuestionar la naturaleza deportiva de otros deportes como el ajedrez o los dardos. Por lo tanto, se puede considerar los *eSports* como nuevo deporte e incluir los gastos relacionados con esto en el consumo de deporte.

Otra tendencia que ha llevado la era digital son las apuestas deportivas que se ha mencionado antes. Debido a la digitalización las apuestas se han convertido de la quiniela los domingos en el fútbol o la carrera de caballos a la posibilidad de apostar 24 horas sobre casi todos los espectáculos teniendo lugar en el mundo. El número de jugadores activos creció de 404.458 a 732.664 lo que representa un incremento de un 81%. Se estima que este crecimiento siga manteniéndose durante los años 2017 y 2018. Con el aumento de jugadores crece también la oferta en cuanto a casas de apuestas y la variedad de tipos de apuestas ofrecidas (Nuevatribuna, 2016).

Dentro del deporte tradicional, cabe destacar la creciente importancia de los gimnasios y el running. Los españoles son cada vez más conscientes de su salud. Por lo tanto, hay mucha gente que practica deporte para estar en forma (véase gráfico 4), aunque no le guste un deporte específico. La evolución creciente de gente practicando deporte se puede relacionar con esta tendencia de conciencia de salud. La forma más fácil y eficiente de practicar con el fin de estar en forma son los gimnasios y el running lo que está creciendo mucho.

Sobre todo las grandes marcas de equipamiento deportivo como Nike, Adidas y Puma se aprovechan de la tendencia positiva del running. En 2013 dichas marcas han sido capaces de duplicar sus ventas respecto a 2009. Los resultados de un estudio de NPD Group revelan que el running mueve cada año 300 millones de euros, considerando que los precios de las carreras públicas suben cada vez más (situación 2013) (El economista, 2013). La tendencia de salud lleva al hecho que los consumidores invierten en buena calidad de su equipamiento, sobre todo en las zapatillas de running (Morena, 2015).

4. Consumo de deporte en Alemania

4.1. Cultura deportiva en Alemania

En Alemania se considera el deporte como una experiencia sociable para conectar, más allá de diferencias culturales, sociales o lingüísticas. El deporte sirve como plataforma para la enseñanza de valores como el *Fair Play*, respeto y espíritu de equipo. Gracias a la internacionalidad del deporte, sobre todo los eventos deportivos, fomenta el cosmopolitismo y tolerancia entre las culturas y crea una identidad de la sociedad.

Como consecuencia más de uno de cada dos personas con más de 14 años practica deporte (57%). Un 42% de los alemanes practican deporte al menos una vez al mes, 22% varias veces al mes y un 15% incluso varias veces a la semana (véase gráfico 16).

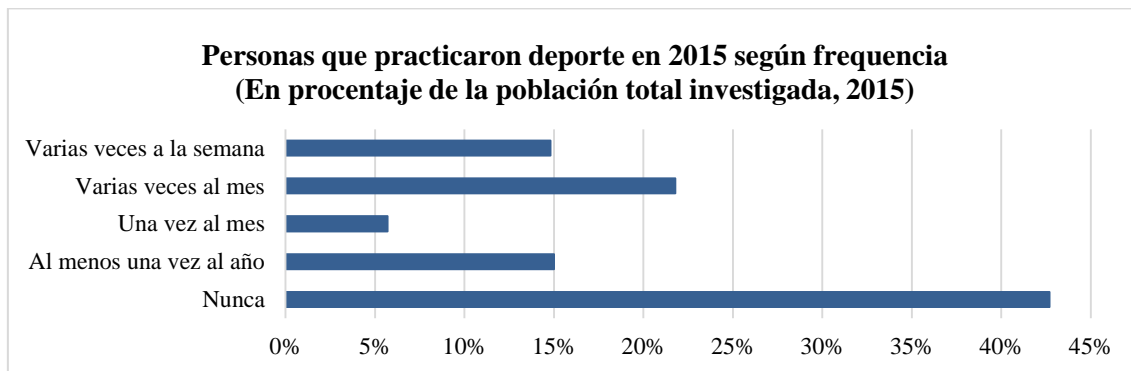


Gráfico 16: Personas que practicaron deporte en Alemania según frecuencia (2015), (Statista 2018)

Los datos sobre los deportes más practicados regularmente más actuales en Alemania son del año 2009 (véase gráfico 17). No obstante, se puede obtener una idea general de que son los deportes más practicados. En primer lugar se encuentra el ciclismo con un 27,1% de la población practicando regularmente, seguido de gimnasia (14,1%), gimnasio (9,1%), *running* (9%) y *nordic walking* (6,7%). Se puede notar que todos los deportes más practicados en Alemania se consideran como deporte con el fin de conseguir un estado físico más alto. Además, cabe destacar que los deportes de invierno tienen una gran importancia en Alemania, sobre todo en el sur del país por la cercanía a las montañas. El fútbol juega un papel inferior del que se esperaba por su característica de que se puede jugar al fútbol hasta una cierta edad. Los otros deportes pueden ser practicados en todas las edad.

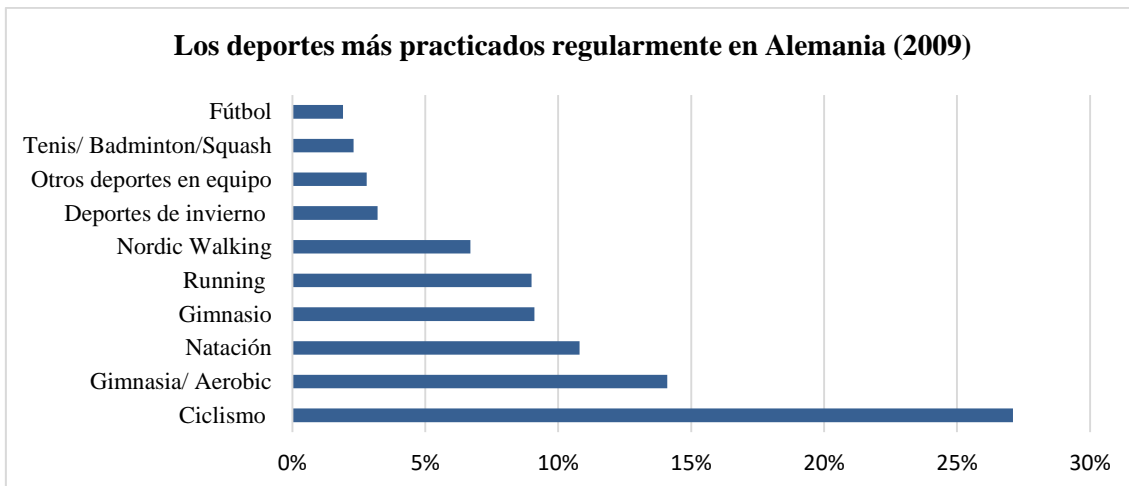


Gráfico 17: Los deportes más practicados regularmente en Alemania (2009), (Fitness&Workout, 2018)

Lo que revelan las estadísticas sobre los deportes más practicados, puede ser confirmado por los motivos por los que los alemanes practican deporte. Los motivos principales están relacionados con el fin de estar *fit* como por ejemplo: estar en forma, mejorar fuerza y resistencia, perder peso, optimizar el aspecto exterior y obtener un buen cuerpo. Esto confirma que los alemanes ponen el aspecto físico en primer lugar (véase gráfico 18). Otro punto que muestra la tendencia hacia un estilo de vida sano es que mientras el número de clubes deportivos se mantenía igual durante los últimos años, el número de miembros en los gimnasios incrementaba de 4,38 millones en 2003 a 10,8 millones en 2016 (Deloitte, 2017). Otros motivos para los alemanes son la compensación en la vida cotidiana, lo que es el segundo motivo, y reunirse con amigos (Statista, 2017). Otra encuesta revela que para hombres el motivo “porque le gusta el deporte” es mucho más importante que para las mujeres (Preuß et al, 2012).

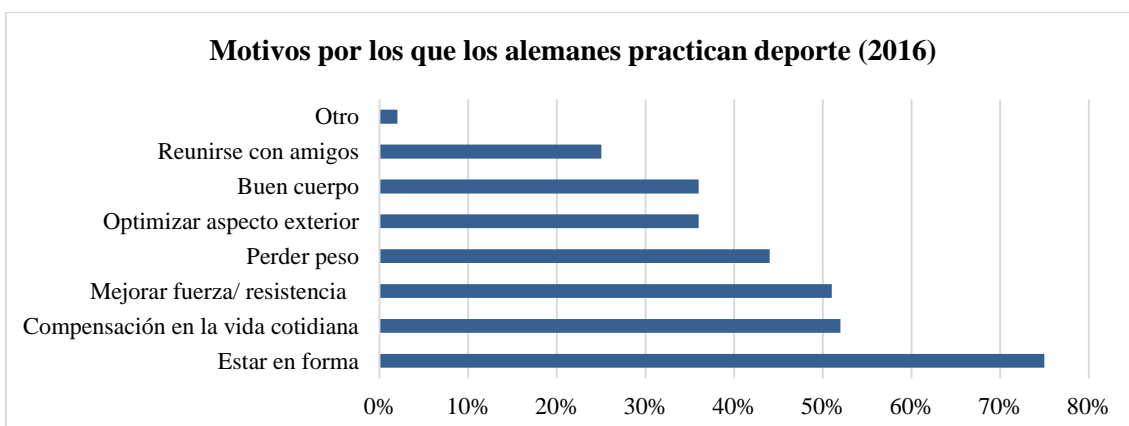


Gráfico 18: Motivos por los que los alemanes practican deporte (2016), (Statista, 2017)

En Alemania se puede observar un grado elevado de la organización del deporte y un fomento fuerte tanto del deporte de masas como del deporte de alto nivel. Un factor del grado elevado de la organización es la importancia de los clubes deportivos. En el año 2017 existían 90.535 clubes con una facturación estimada de más de 5 millones de euros. Un 35% de los hombres y 22% de las mujeres están registrados en un club deportivo en Alemania (DOSB, 2018). Esto tiene sobre todo una gran importancia para personas con menos de 16 años. Un 58 % de las personas <16 practica deporte en un club deportivo. Como se ha mencionado antes, los deportes en equipos se juega solamente hasta una cierta edad. Por lo tanto, un 73% de las actividades deportivas de personas >16 están auto-organizadas lo que lleva a que los 5 primeros deportes más populares son deportes individuales (Preuß, et al, 2012, pág. 3).

En cuanto al deporte pasivo, se puede averiguar cuáles son los deportes más seguidos pasivamente basándose en la encuesta sobre el interés en los diferentes tipos de deporte (véase gráfico 19). Más de un tercio de la población alemana está interesada en el fútbol que está a la cabeza de todos los deportes. Entre un 9% y 13% muestran interés para cada del resto de los 10 deportes más populares en Alemania. Cabe destacar que 3 de los 10 deportes son deportes de invierno, y que el salto de esquí se encuentra en tercer lugar. Además, el boxeo juega un papel importante por lo que muchos combates de boxeo importantes tienen lugar en Alemania. El segundo equipo de deporte es el balonmano (IfD Allensbach, 2017).

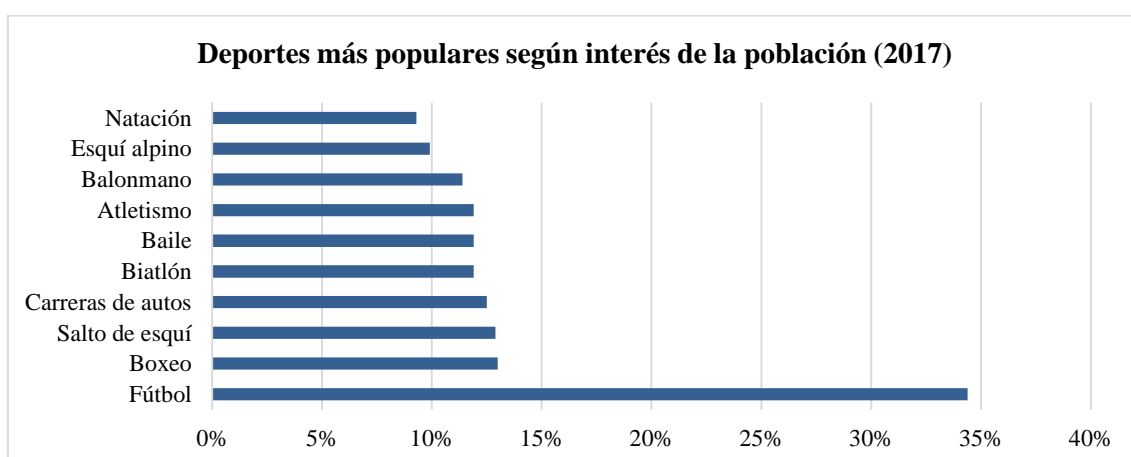


Gráfico 19: Deportes más populares según interés de la población en Alemania (2017), (IfD Allensbach, 2017)

Con respecto a los espectáculos deportivos, una encuesta muy reciente reveló que más de la mitad de los alemanes asisten ocasionalmente a eventos deportivos (véase gráfico 20). Un 10% asiste incluso regularmente a aquellos eventos. Los espectáculos deportivos más populares son partidos de primera y segunda división de fútbol y los acontecimientos deportivos como los juegos olímpicos (IfD Allensbach, 2017).

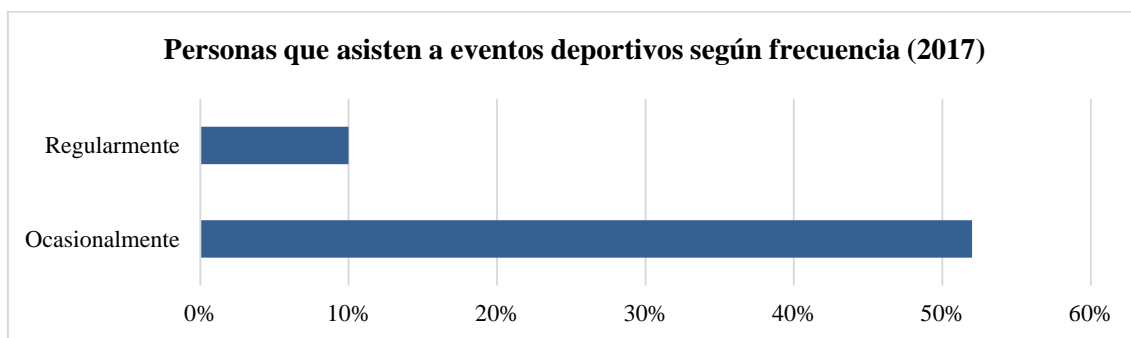


Gráfico 20: Personas que asisten a eventos deportivos según frecuencia en Alemania (2017), (IfD Allensbach, 2017)

Además, otra forma del consumo pasivo de deporte es el acceso a espectáculos deportivos por la televisión. En cuanto a esta cifra, hay que diferenciar entre hombres y mujeres. Mientras dos tercios de los hombres alemanes suelen acceder a espectáculos deportivos televisivos, solamente un 28% de las mujeres alemanas tienen esta costumbre (véase gráfico 21). Esto es debido al aspecto social de ver, por ejemplo, un partido de fútbol entre hombres que en Alemania es un hábito muy común (IfD Allensbach, 2017).

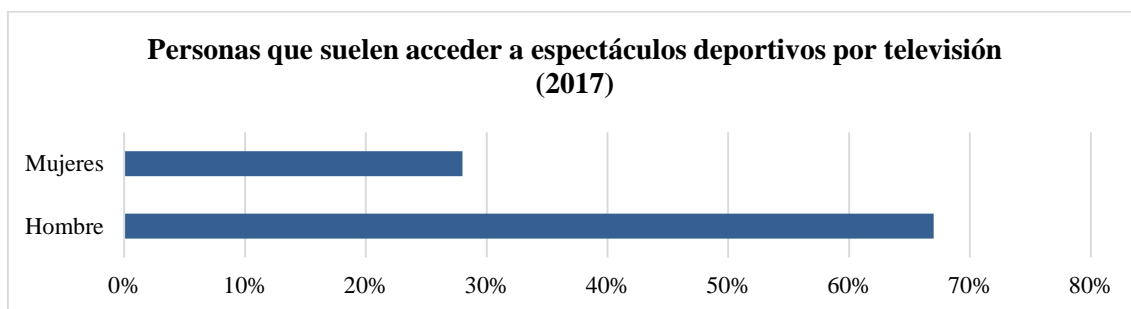


Gráfico 21: Personas que suelen acceder a espectáculos deportivos por televisión en Alemania (2017), (IfD Allensbach, 2017)

Con respecto al deporte de alto nivel, Alemania destaca sobre todo en los deportes de invierno en que se encontró en segundo lugar en los juegos olímpicos 2018 (Stern, 2018). Además, Alemania compite en la elite del mundo en el fútbol y el balonmano por un sistema de fomento de talentos muy profundo (Deutscher Fußball Bund, 2018).

4.2 .El impacto económico del consumo del deporte en Alemania

Como se ha mencionado en la parte del análisis de la contribución al PIB español, el trabajo se centra en las características del consumo de los hogares, ya que estos gastos representan la mayor facturación (BMW, 2013, pág. 4).

La mayoría de los datos disponibles en cuanto al consumo de deporte provienen de una investigación del año 2010. La UE recomienda a sus miembros crear periódicamente una denominada “cuenta satélite sobre el deporte”. La última vez que creó dicha cuenta fue en el 2010. Por lo tanto, se analizarán los datos disponibles de ese año, proyectando la situación actual con datos recientes de industrias específicas.

Para la creación de la mencionada “cuenta satélite sobre el deporte”, se han definido los 71 deportes principales con sus patrones de consumo correspondientes en cuanto al consumo activo y pasivo de deporte. Esto se ha multiplicado por el número de personas que practican deporte, teniendo en cuenta diferencias con respecto a la edad de las personas y la frecuencia de la actividad deportiva (una vez a la semana, una vez al mes, etc.) (Preuß & Alfs, 2013, págs. 240-246).

En la definición del consumo de deporte se ha explicado que se trata de un sector transversal. En cuanto al valor añadido bruto de este sector transversal, se ha calculado que el deporte aportó un 3,4% al valor añadido bruto total de Alemania en 2010. Comparando este valor con el valor añadido de un sector industrial tradicional, en el que se tiene en cuenta solamente el impacto directo de la producción, se puede afirmar que el deporte tiene un impacto económico similar al de la industria de automóviles (3,3%) (Ahlert, 2015, pág. 2).

4.2.1. Gasto de los hogares en el consumo de deporte en Alemania

Según los cálculos de Preuß et al, el consumo de deporte (activo y pasivo) en 2010 alcanzó unos 138,6 mil millones de euros (Preuß et al, 2012, pág. 9). Considerando que los gastos totales de los hogares alemanes se situaron en 1406,99 mil millones de euros en 2010, podemos llegar a la conclusión de que el consumo de deporte supuso un 9,8% del consumo total de los hogares (Destatis, 2018).

El análisis del consumo de deporte en España ha relevado que la crisis financiera no ha tenido un impacto significativo en este sector transversal. Comparando las “cuentas satélite sobre el deporte” de los años 2008 y 2010, se puede observar que el sector de deporte se desarrolla con independencia de la coyuntura. Mientras la economía nacional disminuyó entre 2008 y 2010 un 0,4%, el sector transversal de deporte creció un 4% (Ahlert, 2015).

La investigación empírica de Preuß et al se basa en la amplia definición *Vilnius*. El estudio resultó que los hogares en Alemania gastaron 112,6 mil millones de euros en el consumo activo de deporte en el año 2010, excluyéndose todos los gastos en bienes de deporte con un valor muy grande como, por ejemplo, los caballos de deporte, barcos deportivos o coches para automovilismo. Más de la mitad de los gastos en el consumo de deporte activo se dedica al transporte y a los viajes deportivos (véase gráfico 22). Otros cálculos de este consumo excluyen los gastos en el transporte porque no están relacionados directamente con la actividad deportiva. Aun así, es un gasto necesario para poder realizar la actividad. Un 27% de los gastos están relacionados con ropa, zapatos y material deportivo. Un ejemplo que entra en esta categoría son las bicicletas de lo cual el volumen de ventas se situó en 4,01 millones unidades (Fehlau, 2018). Los gastos en las contribuciones y entradas (11%) se refieren, por ejemplo, a los gastos por pertenecer a un club y todos los pagos a efectuar para hacer deporte (ej. alquiler de una pista de tenis). Cabe mencionar que los alemanes dan cada vez más importancia al entrenamiento y al diagnóstico de rendimiento (2%).

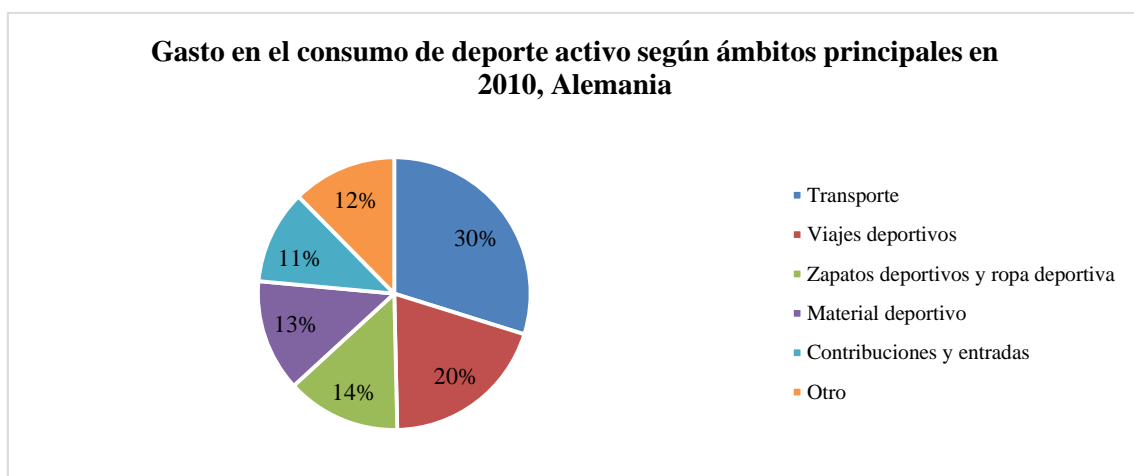


Gráfico 22: Gasto en el consumo de deporte activo según ámbitos principales en Alemania (2010), (Preuß et al, 2012)

El gráfico 23 muestra el consumo pasivo de deporte en 2010, alcanzando un volumen total de 26 mil millones de euros. La categoría más significativa son las entradas para espectáculos deportivos, con 10,4 mil millones de euros. En segundo lugar se encuentran los gastos vinculados con la asistencia directa o indirecta a un espectáculo deportivo como la alimentación, el alojamiento, así como los gastos de consumición en bares con el motivo de ver un evento deportivo. Todo esto tuvo una facturación de 5,2 mil millones de euros en 2010. Otra categoría importante es la de los medios, tecnología de información y televisión de pago con 4 mil millones de euros. Cabe mencionar que los gastos en las apuestas deportivas representaron una proporción bastante pequeña en 2010 (3%), comparados con la situación actual (véase apartado 4.3).

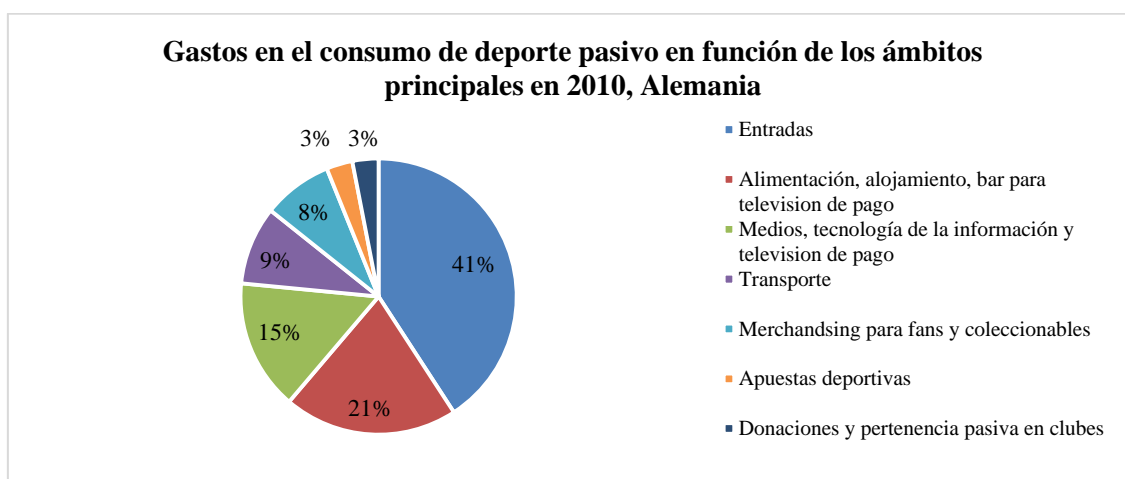


Gráfico 23: Gastos en el consumo pasivo de deporte en función de los ámbitos principales en Alemania (2010), (Preuß et al, 2012)

Además de los estudios de Preuß et al, hay que analizar los datos de Eurostat, que nos sirven para una comparación entre Alemania y España.

Según los datos de Eurostat, el gasto medio de los hogares alemanes se situó en 28.367 PPAs por hogar en 2010. Los gastos incluidos en los cálculos de Eurostat sobre consumo de deporte suman 350 PPAs por hogar al año, lo cual supone un 1,23% de los gastos totales de los hogares alemanes en dicho año. La mitad de los gastos representan pagos efectuados por bienes y servicios de deporte. En segundo lugar, se encuentran los servicios recreativos, con un 31% de los gastos totales, seguidos por el equipamiento deportivo, principales bienes durables y el mantenimiento de los bienes principales (véase gráfico 24).

Evaluando estos datos, hay que tener en cuenta las consideraciones mencionadas en el análisis de España, refiriéndose a la definición y delimitación de ciertas posiciones.

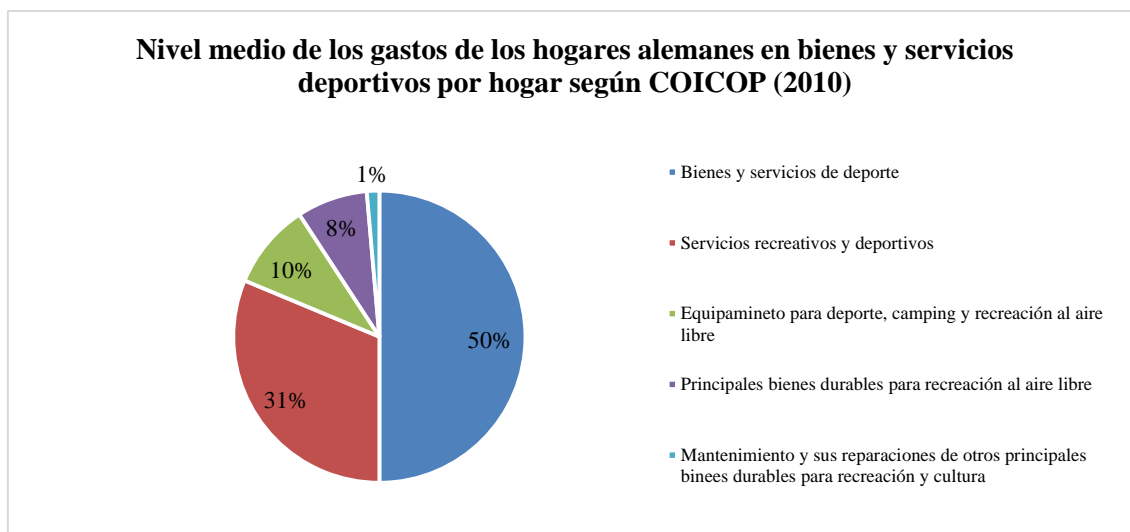


Gráfico 24: Nivel medio de los gastos de los hogares alemanes en bienes y servicios deportivos por hogar según COICOP (2010), (Eurostat, 2016)

A continuación, se enumeran algunas características del consumo de deporte que cabe destacar:

- Primero, se puede observar que los gastos en el consumo de deporte pasivo y activo de hombres son más altos que los de las mujeres. Los hombres alemanes gastan aproximadamente un 53% más al año en su deporte principal que las mujeres (Omni-Quest citado por Statista, 2017).
- En segundo lugar, es interesante saber cuáles son los deportes más significativos. Después de haber analizado 71 deportes en función de su facturación en cuanto a los gastos en el consumo activo y pasivo, se ha creado una lista reflejando los deportes más significativos con respecto a la facturación (Preuß & Alfs, 2013, pág. 240).

Los deportes principales según la facturación en Alemania son el esquí, fútbol, ciclismo, natación, senderismo y *fitness* (2010) (véase gráfico 25). La importancia del esquí puede ser explicada por la cercanía a Suiza y Austria, donde existen muchas oportunidades de practicar este deporte. Cabe mencionar que, en general, el consumo de deporte activo es más importante que el consumo de deporte pasivo. La excepción es el fútbol, en que el consumo de deporte pasivo implica unos gastos más altos que el consumo activo. Algunos deportes como, por

ejemplo, el senderismo o la natación, no incluyen casi ningún gasto de consumo pasivo. Dentro de los 71 deportes hay otros 39 con la característica de que los gastos en ellos consisten exclusivamente de gastos de consumo activo (Preuß et al, 2012). La importancia del fútbol dentro del consumo de deporte pasivo se explica en el análisis de las tendencias del consumo de deporte.

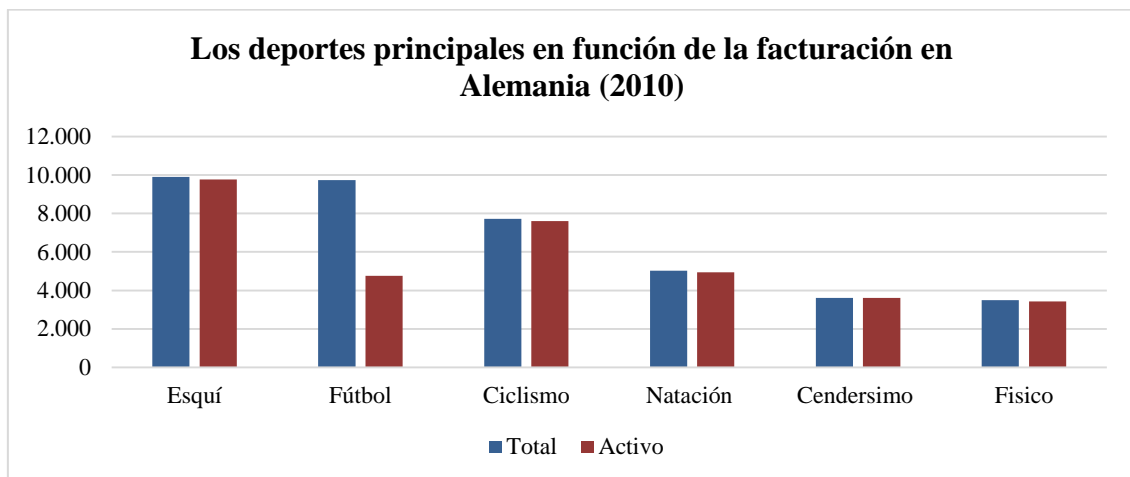


Gráfico 25: Los deportes principales en función de la facturación en Alemania (2010), (Preuß et al, 2012)

Comparando los gastos por persona activa en su deporte principal, se puede decir que el deporte más caro es la equitación. Una persona que practica equitación gasta, en promedio, 1.242 euros al año. En segundo lugar, se encuentra el automovilismo, con 1.080 euros al año, seguido por el esquí (873 euros/año) (Wirtschaft und Schule, 2018).

- El tercer punto trata de la disposición a gastar dinero en el *fitness*. Como se ha averiguado en el análisis de la cultura de deporte en Alemania, los deportes de forma física son muy populares en Alemania. Un 29% de la población alemana está dispuesto a gastar entre 200 y 500 euros al año en material de *fitness*, un 24% entre 100 y 200 euros y un 13% incluso más de 500 euros (Statista, 2018).
- La cuarta característica es la importancia de los clubes deportivos. En 2014, los clubes deportivos en Alemania facturaron un volumen de 4.576 millones de euros. Se estima que esta cifra se situará en 5.301 millones de euros en 2020 (Eurostat & Statista, 2018). Aparte de los ingresos de las organizaciones deportivas, hay que tener en cuenta los gastos efectuados por estas organizaciones. En 2011, las

asociaciones deportivas gastaron unos 671 millones de euros, de lo cual una gran parte (34%) se asignó al personal (Breuer, 2013, pág. 5).

- Por último, hay que entrar un poco más en detalle en los deportes de invierno, que juegan un papel clave en cuanto al consumo activo de deporte. Con respecto al consumo total de deporte, el fútbol es el deporte más significativo. No obstante, si se deducen los gastos en consumo pasivo de deporte, los gastos en consumo de deporte activo relacionados con el esquí son los más altos. En el año 2010, la población alemana gastó 16,4 mil millones de euros en todos los deportes de invierno, lo cual representa un 20% del consumo activo total. Esto puede ser fundamentado por el hecho de que la actividad siempre está relacionada con un viaje, lo que causa altos gastos (transporte, alojamiento, pase de esquí etc.). Por el mismo motivo, el ciclismo se encuentra en tercer lugar. El ciclismo tiene también la propiedad de que se practica lejos de la residencia del deportista, por ejemplo, en las montañas. (an der Heiden et al, 2013, pág. 3)

El deporte es además un empleador muy importante en Alemania lo que implica un impacto indirecto a la economía. En total, aproximadamente 243 mil personas trabajaron en el sector deportivo en 2015. Esta cifra representa solamente los asalariados, excluyendo todos los voluntarios (Eurostat, 2017). Una parte significativa la representa el fútbol, que empleó a 70 mil personas a tiempo completo en 2009 (Breuer, 2013, pág. 6).

4.2.2. Gasto público en el deporte en Alemania

Como se ha mencionado en la introducción, el deporte juega un papel cultural importante. Por esto, la formación del deporte para la integración social es un asunto principal del Gobierno alemán. En el año 2008, el estado invirtió casi 10 mil millones de euros en proyectos deportivos. Por otro lado, el deporte representa una fuente principal de ingresos. Los ingresos fiscales relacionados con el deporte superaron los 15 mil millones de euros. (Breuer, 2013, pág. 6)

En 2010, utilizando el modelo *Vilnius*, los gastos públicos se situaron en 4,3 mil millones de euros según la definición estadística y en 8,3 mil millones de euros según la definición amplia. Esto refleja un 0,4% o un 0,7% de los gastos totales de las administraciones

públicas. Se pueden dividir los gastos públicos en tres subcategorías: coste de personal (3,9 mil millones de euros), costes corrientes (3,3 mil millones de euros) e inversiones (1,1 mil millones de euros). En la tabla 3 se puede observar que los gastos en el deporte en escuelas y universidades representan la mayor parte de los gastos públicos.

Tabla 3: Los gastos estimados relacionados con el deporte de las administraciones públicas en Alemania (en millones de euros (2010), (Breuer, 2013)

Ámbito	Administración general del Estado	Administración autonómica	Administración comunal	Total 2010
Fomento del deporte	177	422	629	1.348
Instalaciones deportivas	43	265	2.350	2.919
Deporte en escuelas y universidades	0	3.655	0	3.963
Ciencia deportiva	6	88	0	102
	255	4.430	2.978	8.333

Otros cálculos mostraron que las administraciones públicas gastaron unos 18,7 mil millones euros en el consumo de deporte en dicho año, incluyendo prestaciones de asistencia social como, por ejemplo, en el marco de un régimen de seguro obligatorio. (Ahlert, 2015, pág. 12)

Aparte de los gastos efectuados por las administraciones públicas, hay que tener en cuenta los ingresos del estado relacionados con el deporte. Dichos ingresos consisten en pagos fiscales de producción e importaciones, impuestos sobre la renta y el patrimonio, cotización social y otros ingresos directos del Estado. Dependiendo de la definición, se estima que los ingresos fueron de 3,1 mil millones de euros (definición estadística), 14,3 mil millones de euros (definición estrecha) y 21,8 mil millones de euros (definición amplia) lo que representa un 0,3%, 1,3% y un 2% de los ingresos totales de las administraciones públicas (Palowski & Breuer, 2013, págs. 7-10).

4.2.3. Inversiones relacionadas con el deporte en Alemania

En los gastos de las administraciones públicas se incluyen inversiones públicas como la construcción y mantenimiento de instalaciones deportivas. En Alemania, un 74% de las inversiones en instalaciones deportivas se llevan a cabo por las administraciones públicas. Sumando todos los gastos como la construcción, la modernización y el mantenimiento de instalaciones deportivas, las inversiones netas alcanzaron unos 22,6 mil millones de euros en 2008. 9,7 mil millones corresponden a los costes operativos y mantenimiento de las instalaciones y 7 mil millones a la construcción de las mismas (Breuer, 2013, pág. 4). El deporte se benefició de los programas del Estado enfocados a la estabilización de la coyuntura. En 2010, el Estado asignó 0,9 mil millones de euros del paquete de estímulos a la construcción y modernización de instalaciones deportivas. (Ahlert, 2015, pág. 11)

En el gráfico 26 se pueden ver las inversiones principales realizadas según la facturación. Los polideportivos suponen la mayor parte de las inversiones con 5,1 mil millones de euros, seguido por las piscinas (4,4 mil millones), los campos deportivos (3,5 mil millones), los gimnasios (2,4 mil millones) y los carriles para bicicletas (922 millones). (BMW, 2013, pág. 19)

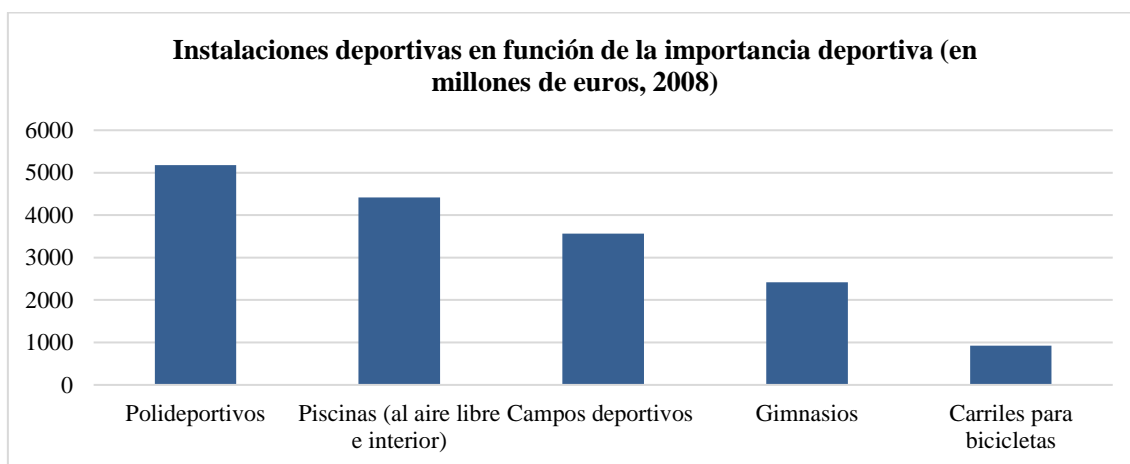


Gráfico 26: Número de las instalaciones en función de la importancia deportiva en Alemania (2008), (BMW, 2013)

4.2.4. Comercio exterior relacionado con el deporte en Alemania

El gráfico 27 muestra la evolución del comercio exterior de bienes deportivos de Alemania entre los años 2008 y 2015. En general, se puede observar un aumento continuo en cuanto al volumen total del comercio exterior, hasta que alcanzó el máximo tanto en las importaciones como en las exportaciones en 2015. Además, se puede afirmar que el

comercio exterior de bienes deportivos está equilibrado al largo plazo, declarando un superávit y un déficit de manera alternante. Las exportaciones alcanzaron unos 3,752 mil millones de euros, mientras que las importaciones se situaron en 4,278 mil millones de euros en 2015 (Eurostat, 2018).

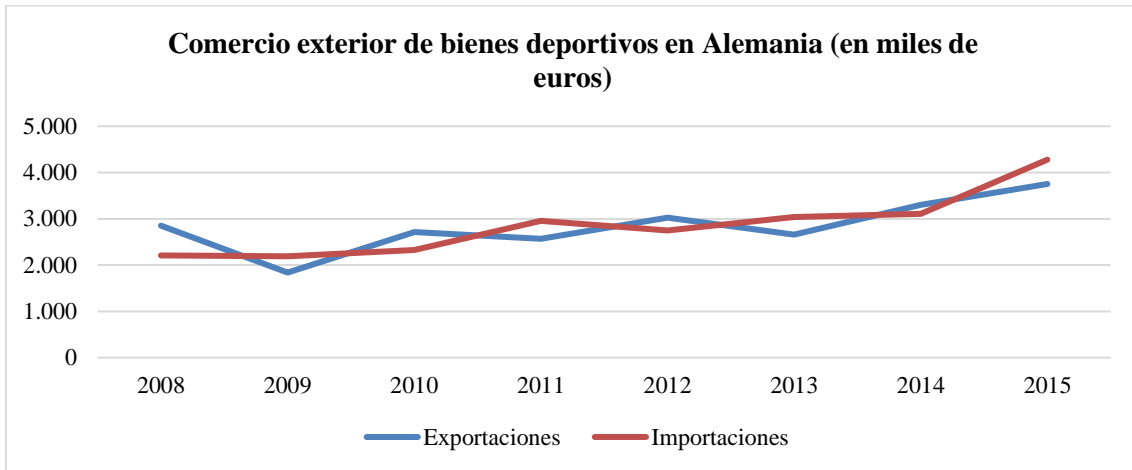


Gráfico 27: Comercio exterior de bienes deportivos en Alemania (2008-2015), (Eurostat, 2018)

Como se ha visto, las importaciones y exportaciones son muy similares en función de su facturación. Aun así, el peso de las distintas categorías es diferente. Con respecto a las exportaciones, fabricantes alemanes de bienes de náuticos deportivos venden un 33% de las exportaciones totales. En segundo lugar se encuentra la categoría “calzado deportivo” con un valor exportado de 754 millones de euros, seguidos de las bicicletas, los bienes de la categoría *GymSwim*, ropa deportiva y esquí (véase gráfico 28).

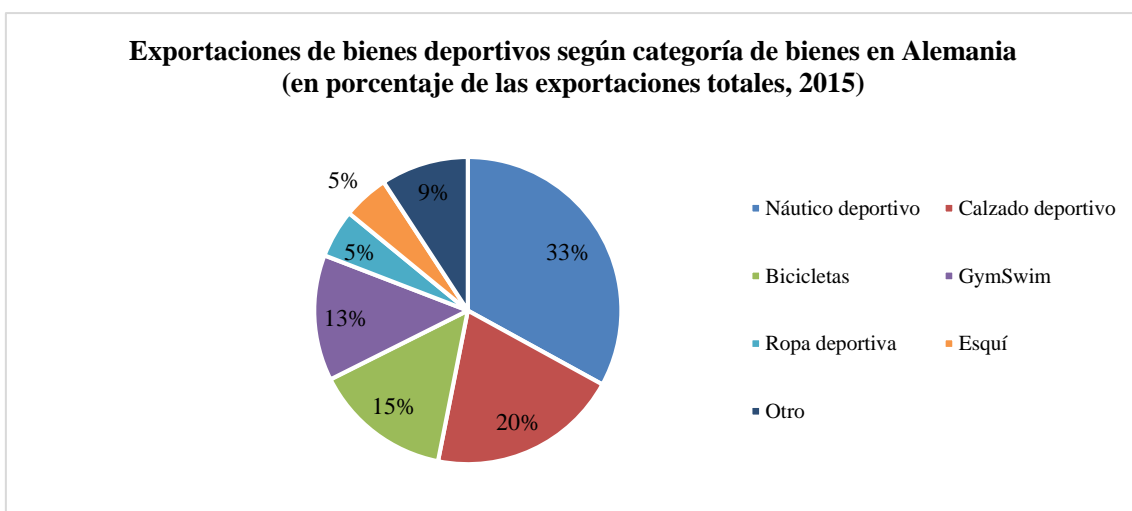


Gráfico 28: Exportaciones de bienes deportivos según categoría de bienes en Alemania (2015), (Eurostat 2018)

En cuanto a las importaciones, no obstante, la categoría de náuticos deportivos no es el líder, sino que lo es la categoría del calzado deportivo, con un volumen de 1,236 mil millones de euros, lo que supone más de un tercio del valor de los bienes importados. Las categorías *GymSwim*, bicicletas y náuticos deportivos representan cada uno entre 12% y 18% de las importaciones totales. Cabe mencionar que las categorías esquí, balones y pesca tienen una facturación relativamente alta comparado con otros países (véase gráfico 29). (Eurostat, 2018).

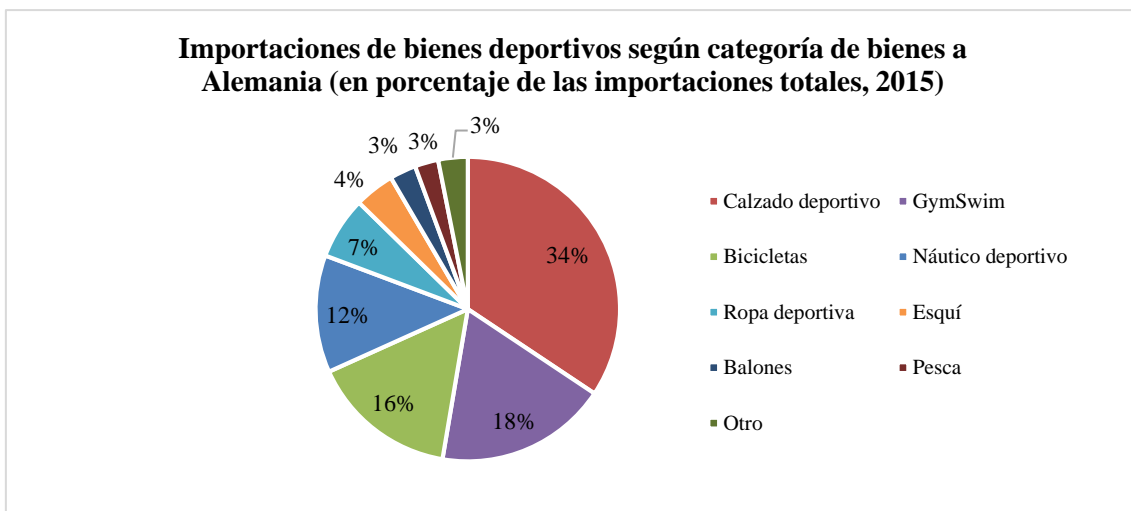


Gráfico 29: Importaciones de bienes deportivos según categoría de bienes en Alemania (2015), (Eurostat 2018)

4.3. Tendencias del consumo de deporte en Alemania

Los datos disponibles en cuanto a cálculos completos sobre el impacto económico del deporte se refieren al año 2010. Mediante datos recientes acerca de sectores específicos se puede proyectar la situación actual del sector económico transversal. Un ejemplo sería que el comercio minorista de artículos de deporte y bicicletas ha aumentado en un 30,7% entre los años 2010 y 2014. Además, se estima que esta cifra seguirá creciendo hasta 2020 en un 12,5%. (Statista & Eurostat, 2017). Además, las ventas anuales de los fabricantes de material deportivo han cambiado frente al año 2010. En dicho año, estas empresas generaron unas ventas de 815 millones de euros, aumentando cada año a unos 898 millones de euros. Se estima que esta cifra va a superar el mil millón de euros en el año 2019. (Statista, 2018) Por parte de los consumidores, se puede observar que mientras el número de personas que practican deporte una vez al mes o una vez al año se mantiene en el mismo nivel, el número de personas que practican deporte varias veces a la semana aumenta cada vez más. Esta cifra creció a un 12,9% en 2017 respecto al año 2015.

(Statista, 2018) Un sector dentro del consumo de deporte pasivo que se ha aumentado rápidamente son las apuestas deportivas. Entre los años 2012 y 2016 la cantidad apostada por año ha crecido de unos 3,46 mil millones a 6,13 mil millones de euros lo que supone un aumento de un 77.2%. (Goldmedia, 2018) Estos hechos son un signo de que la situación actual en el sector de deporte puede ser diferente. Aun así, no se puede concluir que se debería trasladar la tendencia de estas industrias a todas las partes del sector.

En general, se puede decir que las tendencias que se han mencionado en la parte de España (*eSports*, apuestas deportivas, deportes de *fitness*), también existen en Alemania. Otra tendencia que hay en ambos países es la comercialización de deporte. A continuación se explicará esta tendencia a través de ejemplos de Alemania:

La comercialización del deporte crece cada vez más, no solamente del fútbol, lo que tiene un impacto económico de largo alcance. Por lo tanto, un factor clave de la cultura deportiva y la estructura en Alemania es el patrocinio de deporte. El hecho de que el deporte de masas esté patrocinado incluso más que el deporte de alto nivel en términos absolutos, (2,05 mil millones y 1,1 mil millones) facilita el funcionamiento de la estructura de deporte en Alemania. En comparación con el volumen de patrocinio de eventos culturales que se situó en 300 millones de euros en 2016 en Alemania, el grado de patrocinio es bastante elevado en el deporte. Además, se puede observar que mientras el volumen de patrocinio de la cultura se ha mantenido en el mismo nivel durante los últimos años, el volumen de deporte está creciendo cada año (Statista, 2018). Otro factor que influye mucho en la economía causado por la comercialización del deporte son los grandes eventos deportivos. Por ejemplo, el mundial del fútbol de 2006 aumentó el PIB alemán en 3,88 mil millones de euros (Preuß et al, 2009). Otra parte de la comercialización es el creciente volumen de los derechos mediáticos, que se sitúa en más de mil millón de euros, y la tendencia indica que la emisión de eventos deportivos se privatizará cada vez más. La empresa de televisión de pago Sky posee los derechos mediáticos para la mayoría de espectáculos deportivos más populares como la Champions League y la Bundesliga, la Bundesliga de balonmano, combates de boxeo, etc. Por lo tanto, el número de personas que están suscritas en Sky aumentó de 5,35 millones de personas en 2013, a 7,4 millones en 2017 lo que supone un crecimiento de 27,7%. (Statista, 2018) Los denominados “sports bars” se aprovechan de la privatización del

deporte. Mientras que 600.000 personas van a los estadios de fútbol para ver los partidos, 1,2 millones de personas van a los sports bars para ver los partidos de la Bundesliga, gastando 1,2 mil millones de euros al año. Se estima que solamente por estos eventos la gastronomía emplea a 17.850 personas más. (Richter, 2014)

Desde un punto de vista de la creación de valor, el fútbol de alto nivel genera cada año 5 mil millones de euros con una tendencia creciente. Esto iguala al PIB de una gran ciudad alemana. Debido a la actividad de la liga de fútbol, el Estado ingresa cada año unos 1,5 mil millones de euros de impuestos. Estos impuestos pueden financiar las 5 universidades más grandes de Alemania. (McKinsey, 2010, pág. 14)

Otras tendencias acerca de la importancia de deportes particulares y entonces de su impacto económico puede ser derivado de su relevancia en cuanto al patrocinio. Se estima que la importancia de los E-sports va a crecer a un 49% en el futuro. Además, la importancia del fútbol (44%), del fútbol femenino (25%), del voleibol de playa (25%) y del triatlón va a aumentarse. Por contrario, el boxeo va a perder importancia con respecto al patrocinio a un 48% tanto como la natación (40%), el ciclismo en carretera (36%), equitación (30%) y el voleibol (27%). (NielsenSports, 2018)

5. Comparación del consumo de deporte en España y Alemania

Para la comparación del consumo de deporte entre Alemania y España, hay que tener en cuenta que es solamente posible llegar a conclusiones si disponemos de la misma información en ambos países. Ya que la metodología de recopilar los datos es diferente, la comparación se basa principalmente en datos armonizados a nivel internacional.

Después de haber analizado la evolución del consumo de deporte en Alemania y España, se puede concluir que este sector transversal se desarrolla casi con independencia de la coyuntura. A pesar de la crisis financiera, el sector se ha mantenido estable (en España) / ha crecido (en Alemania) durante los últimos años. Esto ha sido una conclusión sorprendente, ya que se supone que los gastos en el deporte no son los gastos más importantes. Puede ser que la tendencia de *fitness* y la conciencia de salud han contrarrestado la crisis financiera.

En el gráfico 30 se puede ver, por un lado, los gastos en el consumo de deporte por hogar en el año 2010 en Alemania y España, y por otro lado, el consumo total por hogar en dichos año y países, basándose en los datos armonizados de Eurostat. Analizando los dos gráficos conjuntamente, se puede concluir que en Alemania los hogares no sólo gastan más en el deporte en términos absolutos, sino también en términos relativos comparados con sus gastos totales, dado que el consumo total de los hogares españoles es más alto que el de Alemania. El consumo de deporte en España representa un 0,84% de los gastos totales de los hogares, mientras que en Alemania esta cifra sitúa en un 1,23%.

Consumo total y consumo de deporte en Alemania y España (2010)

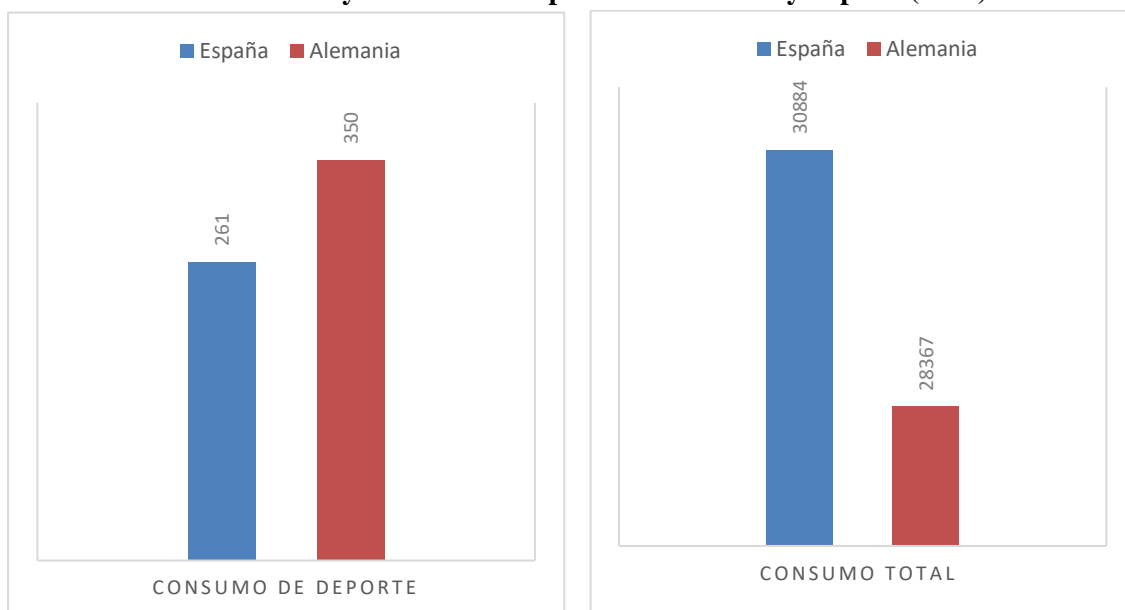


Gráfico 30: Consumo total y consumo de deporte en Alemania y España (2010), (Eurostat 2018)

En cuanto a las diferentes categorías de los gastos, el gráfico 31 muestra que en Alemania todas las categorías toman un valor más alto que en España, menos la categoría de los principales bienes durables para la recreación interior. Para ambos países los servicios recreativos y deportivos representan la mayor parte de los gastos (190 PPA y 219 PPA).

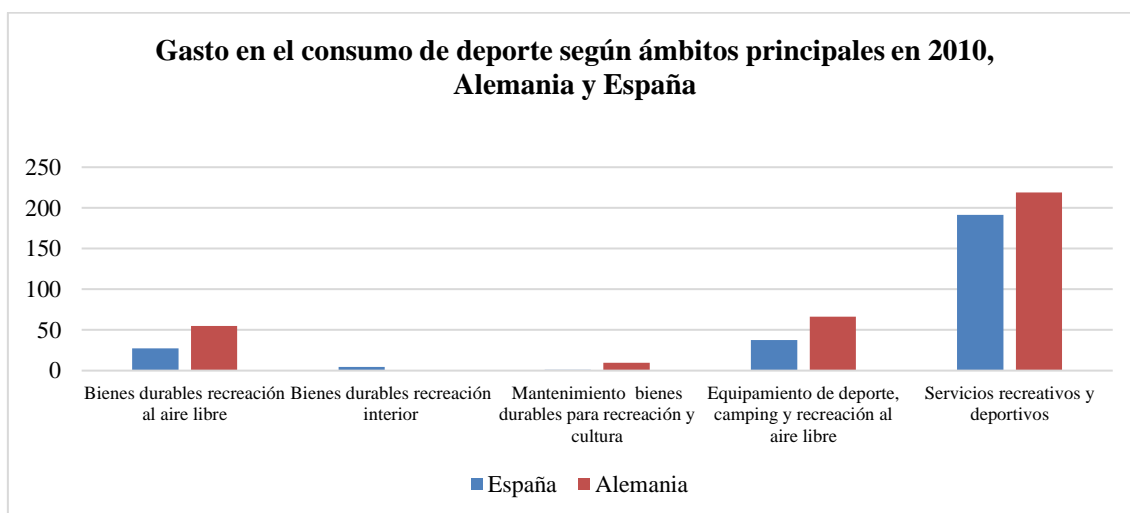


Gráfico 31: Gastos en el consumo de deporte según ámbitos principales en Alemania y España (2010), (Eurostat 2018)

Una razón puede ser la cultura deportiva de los dos países. En Alemania hay más gente que practica deporte al menos una vez al año (57%) (España 53,5%). Sin embargo, entre las personas que practican deporte, los españoles lo hacen con más frecuencia. Por

ejemplo, un 19,5% de los españoles practican deporte todos los días, mientras que solamente un 15% de los alemanes hacen deporte varias veces a la semana. El análisis de los motivos por los que la gente hace deporte junto con los deportes más practicados se da porque en ambos países existe la tendencia de *fitness*, aunque en Alemania lo puede ser observado más fuertemente. La relación con la salud puede llevar a que la disposición a gastar más dinero en el deporte aumenta. Los alemanes gastan casi el doble que los españoles en equipamiento deportivo (37,6 PPAs en España por hogar y 66,4 PPAs Alemania por hogar). Otra causa relacionada con el deporte activo es la importancia del deporte de invierno en Alemania lo que supone altos gastos comparado con otros deportes. En Alemania el esquí es el deporte con los gastos más altos.

La investigación del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España no distingue de manera explícita entre consumo de deporte activo y pasivo. Algunos gastos tales como “gastos en estadios deportivos” entran en la categoría servicios recreativos y deportivos. Sin embargo, algunas categorías no entran en los cálculos del MECD tal como las apuestas deportivas o los gastos de la televisión de pago. Dado que estos datos no se ha encontrado para España, hay que analizar otros indicadores que nos permitan comparar el consumo pasivo de deporte de ambos países.

- El indicador principal es el porcentaje de la población que asiste a espectáculos deportivos y con qué frecuencia. Los datos más actuales y comparables son del año 2007 (véase gráfico 32). Se puede ver que en Alemania, hay ligeramente más personas que asisten a espectáculos deportivos, no sólo una vez, sino también con más frecuencia. (Eurostat, 2016)

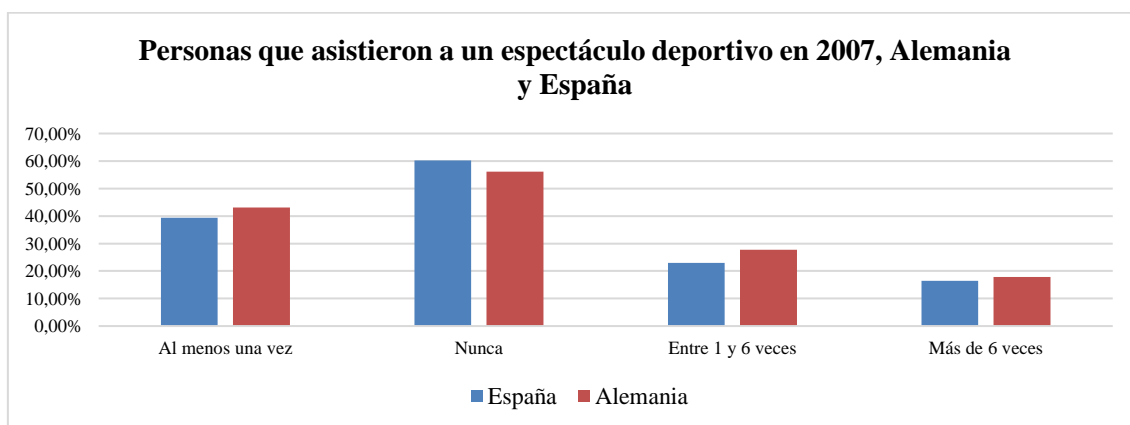


Gráfico 32: Personas que asistieron a un espectáculo deportivo en Alemania y España (2007), (Eurostat 2016)

- El segundo indicador es el volumen generado por los eventos deportivos. Alemania se encuentra en el cuarto lugar a nivel mundial con una generación de 327,1 millones de euros al año. Justo detrás, en el quinto lugar, se encuentra España con 268,4 millones de euros (Statista, 2018). El ranking muestra que en ambos países el consumo pasivo es bastante alto. El volumen absoluto es evidentemente más alto en Alemania. Considerando la diferencia del volumen de la población, no obstante, la facturación por persona es más alta en España.
- El tercer indicador es la venta diaria de entradas de fútbol, ya que el fútbol es el deporte principal del consumo pasivo. Los clubes de fútbol alemanes tienen la segunda mayor venta de entradas diarias en Europa, con una facturación de 26,4 millones de euros (en promedio por club). Justo detrás de estos, el fútbol español se encuentra en tercer lugar con 20,9 millones de euros (Statista, 2018).
- El cuarto indicador son los gastos en *merchandising* los que pertenecen al consumo pasivo de deporte y principalmente relacionados con los clubes de fútbol. Los clubes alemanes generaron unos 10 millones de euros a través de *merchandising* en la temporada 2012/2013. En España esta cifra se situó en 8,9 millones de euros (en promedio por club) (Statista, 2018). Teniendo en cuenta los factores del tamaño de la población, no se puede observar diferencias claras en cuanto a los gastos relacionados con la asistencia a un espectáculo deportivo.
- Sin embargo, hay diferencias en cuanto a la televisión de pago la que representa el quinto indicador. En España existen 2 millones de personas suscritas a la televisión de pago para ver eventos de deporte, mientras que en Alemania hay 7,4 millones de suscripciones de Sky (sin contar otros suministradores). En términos de tamaño de la población, todavía hay el doble de suscriptores de televisión de pago en Alemania que en España (Veloso, 2017) (Statista, 2018).
- El último indicador a comparar son las apuestas deportivas que tuvieron una facturación de 6,8 mil millones de euros en 2012 en Alemania y 3,041 mil millones de euros en España en 2013. Estas cifras deben considerarse con precaución porque provienen de diferentes años y diferentes fuentes.

Resumiendo, se puede decir que en Alemania asisten ligeramente más personas a eventos deportivos. Con respecto a los indicadores 2,3 y 4, se puede observar un mayor volumen absoluto en Alemania, pero relativamente tiende a ser mayor en España. Alemanes gastan

más en televisión de pago. Ya que las apuestas deportivas y la televisión de pago no entran en los cálculos de Eurostat y que no se puede ver claras diferencias en los gastos relacionados con la asistencia a los espectáculos deportivos (más bien hay una tendencia que los españoles gastan más), se puede concluir que las diferencias vistas en el gráfico 30 se pueden atribuir al consumo activo de deporte.

En la cultura deportiva, se pueden descubrir otras similitudes, como el interés en los mismos deportes (con la excepción de los deportes de invierno). Ambos países son líderes mundiales en estos deportes. Además, en ambos países se pueden observar diferencias en cuanto al el consumo y el sexo. En España hay una diferencia del 15% entre hombres y mujeres con respecto a la pregunta si acuden a espectáculos deportivos. (López, et al, 2008, pág. 105) Este hecho también se puede observar en Alemania (véase cultura deportiva en Alemania).

Los datos disponibles con respecto a las inversiones no nos permiten hacer comparaciones concretas entre Alemania y España. Lo que sí se puede afirmar es que en ambos países la mayor parte de las inversiones en la construcción están realizadas por las administraciones públicas.

España y Alemania dan mucha importancia al deporte por lo cual las administraciones públicas gastan mucho para fomentar y ayudar al deporte. El volumen de los gastos de los países respectivos es muy diferente por los distintos tamaños de los países. Sin embargo, comparando con el PIB del país correspondiente, se puede llegar a la conclusión que ambos países gastan aproximadamente un 0,25% de su PIB. La diferencia en esto consiste en la distribución de los gastos. Mientras que en España las administraciones locales efectúan, con diferencia, la mayor parte de los gastos públicos, en Alemania las administraciones autónomas aportan más de la mitad de los gastos totales. En ambos países la administración general de Estado efectúa pagos relativamente bajos. Además, las finalidades de los gastos se parecen mucho, ya que los gastos principales en ambos países están realizados en instalaciones deportivas, así como el fomento de deporte en escuelas y universidades.

En el análisis individual se ha relevado que España ha tenido un déficit en cuanto al comercio exterior durante los últimos años. Por el contrario, Alemania ha tenido un

superávit cada segundo año. En términos absolutos, el volumen del comercio exterior de bienes deportivos alemanes es mucho más alto que en España. Sin embargo, comparando las importaciones y exportaciones de bienes deportivos con el comercio exterior total de cada país en 2015, se puede observar que las proporciones no se difieren mucho. Las exportaciones de los bienes deportivos en España supone un 0,33%, y en Alemania un 0,31%, dado que Alemania es un país exportador muy fuerte (1193,6 mil millones de euros en 2015) (Bundeszentrale für Politische Bildung, 2017). En cuanto a las importaciones, no obstante, la proporción frente al volumen total es más alto en España (0,57%)³ que en Alemania (0,45%). Aun así, se puede concluir que las proporciones frente al comercio exterior total en cada país son similares (véase gráfico 33).

Comercio exterior de bienes deportivos en 2015, Alemania y España

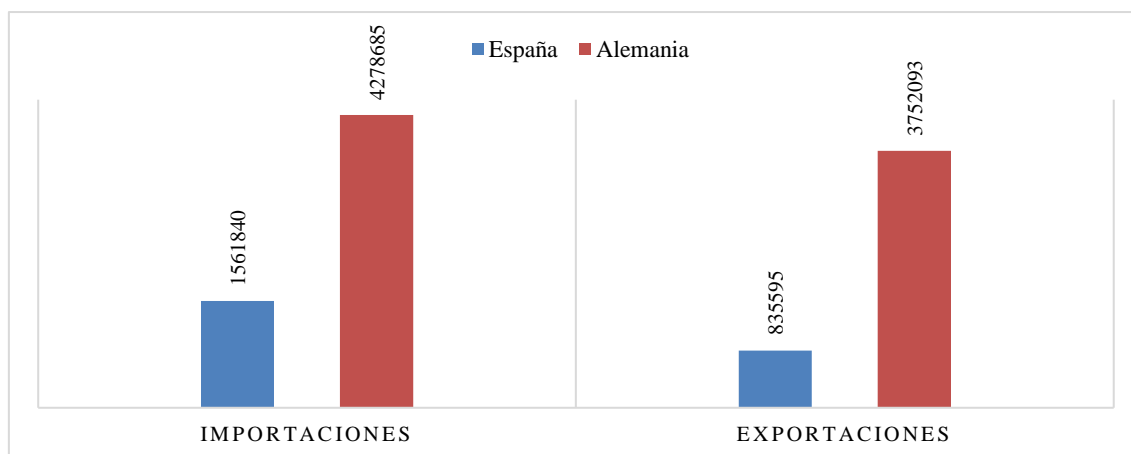


Gráfico 33: Comercio exterior de bienes deportivos en Alemania y España (2015), (Eurostat 2018)

Para ambos países las categorías calzado deportivo, *GymSwim* y las bicicletas, son las de mayor facturación con respecto a las importaciones. En las exportaciones, la categoría náutico deportivo es la más importante en los dos países. En Alemania siguen calzado de deporte y bicicletas, mientras que en España el orden es: *GymSwim* en segundo lugar y calzado deportivo en tercer lugar.

El turismo deportivo mencionado en España es muy importante con todos los aspectos que se han enumerado antes. En Alemania, el turismo deportivo es cada vez más importante. Sin embargo, basándose en la información de que los alemanes gastan un 22% de su consumo activo en viajes y que el esquí y el ciclismo los que requieren un

³ Fuente utilizada para calcular la proporción: (Europapress, 2016)

viaje para practicar el deporte, podemos concluir que los alemanes son los destinatarios de servicio. El hecho de que a los alemanes les guste viajar junto con la tendencia de *fitness* en Alemania refuerza esta hipótesis.

La tabla en el anexo 5 ofrece una visión general de los datos comparables entre Alemania y España.

6. Conclusión

▪ *Conclusiones principales*

Para referirse a los objetivos mencionados en la introducción, se pueden extraer las siguientes conclusiones de la investigación.

Actualmente, no es posible medir el impacto económico exacto en términos de un porcentaje del PIB basados en los gastos. Aun así, se ha podido estimar el impacto desde un punto de vista del valor agregado. Este impacto representa en España un 1,28% y en Alemania un 2,31% del PIB, lo que supone un valor similar al de la industria automovilística en Alemania. Esto demuestra que el sector en general representa un valor económicamente significativo. Además, el sector deportivo demuestra ser sorprendentemente independiente del ciclo económico, tanto en un país estable como Alemania, como en un país propenso a la crisis como España. La mayoría de las industrias dentro del sector se han crecido durante los últimos años. Adicionalmente, se puede afirmar que cada vez más personas practican deporte en Alemania y España.

▪ *Hipótesis planteadas*

H1: Existen diferencias respecto a la relevancia económica del deporte en Alemania y España.

El hallazgo principal de este trabajo es que, en Alemania, los hogares gastan más dinero en deporte que los hogares españoles. A pesar de que el consumo total por hogar es más alto en España, los hogares alemanes gastan de media un 34% más en deporte que los hogares españoles. Esto muestra que se puede aceptar la hipótesis global. En cuanto al impacto sobre los otros componentes del PIB, se puede concluir que ambos países son muy similares en términos relativos. Esto se expone más detalladamente en las conclusiones adicionales.

H2: Los gastos de los hogares por su interés en el deporte profesional son más altos en España que en Alemania

La investigación acerca de esta hipótesis resultó ser más complicada, dado que en la categoría “servicios deportivos” están incluidos tanto el consumo activo como el consumo pasivo. Debido a las diferencias en la metodología y la definición de la recopilación de datos, no es posible explicar exactamente en qué medida el consumo pasivo en Alemania difiere del de España. Sin embargo, basándose en las dimensiones que conforman la definición de consumo pasivo elaborada para este trabajo, se puede concluir que, generalmente, el consumo pasivo está equilibrado entre los dos países. Mientras el volumen de los espectáculos deportivos es más alto en España, relativizado con la cifra de población, el volumen de clientes de televisión de pago es más alto en Alemania. Las apuestas deportivas y el *merchandising* están bastante igualados. En consecuencia, no se puede llegar a claras conclusiones con respecto a esta hipótesis.

H3: Los gastos de los hogares en la actividad deportiva son más altos en Alemania que en España.

El análisis muestra que las diferencias existentes se refieren, sobre todo, al consumo activo de deporte. Los alemanes gastan casi el doble que los españoles en equipamiento deportivo. Esto podría estar relacionado con el hecho de que, en Alemania, muchas personas practican deportes para llevar una vida sana y, por lo tanto, la disposición a consumir y los costes asociados son mayores. Además, destacan los altos costes de los deportes de invierno, que son muy populares en Alemania y de poca relevancia en España. Por lo tanto, se puede aceptar esta hipótesis y concluir que las diferencias existentes entre los países comentados en la primera hipótesis se deben mayoritariamente al consumo activo del deporte.

▪ *Conclusiones adicionales*

La metodología de Eurostat y el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte para el cálculo del consumo de deporte se basa en las categorías de productos por actividad registradas en la cuenta nacional. Esto presenta la debilidad de que no se incluyen todos los gastos relevantes, pero sí se incluyen gastos no relevantes como, por ejemplo, la reparación de instrumentos musicales. Por el contrario, la metodología utilizada en

Alemania se basa en una encuesta y una extrapolación simple. Considero que esta última metodología aporta resultados más realistas. Sin embargo, esta metodología incluye gastos discutibles como, por ejemplo, el transporte, lo cual representa un tercio de los gastos calculados.

En el componente de las inversiones se podría incluir la construcción y mantenimiento de instalaciones deportivas. Sin embargo, estas inversiones pertenecen a los gastos públicos siempre que provengan de fondos públicos, lo cual es el caso para a mayoría de instalaciones deportivas. En consecuencia, no se puede comparar este componente entre los dos países.

En resumen, tanto el gasto estatal como el comercio exterior se comportan de manera similar a la actividad general del país. En términos absolutos, el volumen es más alto en Alemania, pero si se comparan, por ejemplo, los gastos públicos totales o las exportaciones/importaciones totales de cada país en términos relativos, las proporciones se comportan de forma muy similar. Sin embargo, se aprecia una diferencia en la distribución del gasto entre las diferentes administraciones. Aparte de los gastos, el deporte representa una fuente de recaudación fiscal importante para las administraciones públicas. Además, cabe destacar el alto impacto indirecto del turismo deportivo en España, el cual se debe incluir en el comercio exterior.

Asimismo, se puede llegar a la conclusión de que, en ambos países, los hombres gastan más dinero que las mujeres en el deporte, ya sea consumo activo o pasivo. En general, se puede decir que los gastos principales son los servicios deportivos y recreativos, que abarcan servicios del consumo activo y pasivo.

Ambos países muestran tendencias similares. Se puede observar que cada vez más personas hacen deporte y cuidan su salud lo que aumenta la relevancia de los gimnasios y los deportes de *fitness*. El valor de algunos deportes cambia con el tiempo. En particular, cabe mencionar la creciente importancia de los deportes electrónicos. La comercialización de deportes con el patrocinio y los derechos mediáticos se menciona solo de forma marginal en este trabajo. No obstante, esta tendencia creciente tiene un impacto significativo, sobre todo en el consumo pasivo de deporte en España y Alemania.

- *Utilidad de los resultados*

Los resultados de este trabajo pueden servir a empresas deportivas para la toma de decisiones. Un ejemplo sencillo es que los fabricantes de equipamiento de esquí o equipamiento de *fitness* deberían poner mucho más esfuerzo en el mercado alemán que en el español. Otro ejemplo son los fabricantes de bicicletas, un área que presenta algunas diferencias significativas. En general, podría centrar su comunicación más hacia los hombres que hacia las mujeres. Además, los gobiernos pueden aumentar su conciencia respecto a la relevancia económica del deporte. Siendo conscientes de las oportunidades del deporte en cuanto a ingresos fiscales y al valor que aporta a la sociedad, podrían implementar más programas para fomentar la actividad económica y social del deporte. Este trabajo podría resultar útil para concienciar de que existe una necesidad de redefinir el sector transversal del deporte a nivel internacional.

- *Limitaciones de la investigación*

En la preparación de este trabajo, ha habido que enfrentarse a algunos obstáculos. El problema principal fueron las diferentes definiciones y demarcaciones del sector en la preparación de las cuentas satélite nacionales, lo que limita la comparabilidad. Además, los últimos datos internacionales y de Alemania datan de 2010, por lo que la situación actual solo puede proyectarse. Otra limitación fue la dificultad de realizar comparaciones entre las inversiones de ambos países relacionadas con la construcción de instalaciones deportivas.

- *Posibles investigaciones posteriores*

Una posible investigación posterior podría tratar sobre el consumo de deporte en España siguiendo la metodología utilizada para la creación de la cuenta satélite de deporte en Alemania. Esto sería una investigación muy amplia y también costosa, pero se podría garantizar una comparación fiable en un contexto más realista.

7. Bibliografía

- Ahlert, G. (2015). *Die ökonomische Bedeutung des Sports in Deutschland*. Osnabrück: GWS Themenreports.
- an der Heiden, I., Meyrahn, F., Preuß, H., & Ahlert, G. (2013). *Wirtschaftsfaktor Wintersport*. Mainz.
- Blázquez, S. (2015). *El deporte inyecta salud a la economía*. Madrid: El país.
- BMWi. (2013). *Zahlen und Fakten zur Sportwirtschaft*. Berlin: PRpetuum GmbH.
- Breuer, C. (2013). *Zum Wert des Sports aus ökonomischer Perspektive*. Köln.
- Bundeszentrale für Politische Bildung. (07 de Julio de 2017). *Deutschland: Export und Import nach Waren*. Recuperado el 22 de Marzo de 2018, de <http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/globalisierung/52848/ex-und-import-nach-waren>
- Cibersur. (26 de Mayo de 2017). Recuperado el 18 de Febrero de 2018, de España está a la cabeza en consumo de deporte electrónico: <http://www.cibersur.com/cibersur/impe/19502>
- Comisión Europea. (2006). *Definition of Sport 2.0 ("Vilnius Definition 2.0") according to CPA 2008*. Recuperado el 25 de Noviembre de 2017, de http://ec.europa.eu/eurostat/documents/6921402/0/Vilnius+Definition+Sport+CPA2008+official+2013_09_19.pdf/30838d11-01ea-431f-8112-50786e187c1c
- Deloitte, D. (2017). *Erstmals mehr als 10 Millionen Mitglieder in Fitness-Studios*. Hamburg.
- Destatis. (2018). *Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen*.
- Deutsche Nationalbibliothek. (2018). *Katalog der Deutschen Nationalbibliothek*. Recuperado el 02 de Abril de 2018, de <https://portal.dnb.de/opac.htm;jsessionid=9A0FA229C764A15D66799B6BBFFBF51D.prod-worker0?method=showNextRecord¤tResultId=idn%3D1026941148%26any¤tPosition=0>
- Deutscher Fußball Bund. (2018). Recuperado el 06 de Marzo de 2018, de <https://www.dfb.de/sportl-strukturen/talentfoerderung/talentfoerderprogramm/>
- DOSB. (2018). *BESTANDS- ERHEBUNG 2017*. Frankfurt.
- ED Economía Digital. (07 de Marzo de 2016). Obtenido de El sector deportivo, un motor clave para la economía española: https://www.economiadigital.es/directivos-y-empresas/el-sector-deportivo-un-motor-clave-para-la-economia-espanola_182255_102.html

- El economista*. (13 de Julio de 2013). Recuperado el 18 de Febrero de 2018, de Running de ciudad: <http://www.economista.es/blogs/running-de-ciudad/2013/07/10/asi-son-las-cifras-del-negocio-del-running/>
- Europapress. (2016). *España cerró 2015 con récord de exportaciones*. Madrid.
- Eurostat. (2013). *Definition of Sport - Version 2.0 ("Vilnius Definition 2.0") according to CPA 2008*.
- Eurostat. (19 de Septiembre de 2016). *Mean consumption expenditure of private households on sporting goods and services*. Recuperado el 25 de Marzo de 2018, de http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sprt_pcs_hbs&lang=en
- Eurostat. (22 de Febrero de 2016). *Persons attending live sport events in the last 12 months by sex and age*. Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sprt_pcs_sea&lang=en
- Eurostat. (08 de 11 de 2017). *Employment in sport by educational attainment level*. Recuperado el 11 de Marzo de 2018, de http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sprt_emp_edu&lang=en
- Eurostat. (13 de 12 de 2017). *Private expenditure on sport (sprt_exp)*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2017, de http://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/en/sprt_exp_esms.htm
- Eurostat. (01 de 03 de 2018). *Glossary:Purchasing power parities (PPPs)*. Recuperado el 05 de Febrero de 2018, de [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Purchasing_power_parities_\(PPPs\)](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Purchasing_power_parities_(PPPs))
- Eurostat. (02 de 02 de 2018). *Intra and extra-EU trade in sporting goods by product*. Recuperado el 27 de Marzo de 2018, de http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sprt_trd_prd&lang=en
- Eurostat, & Statista. (2018). *Umsatz der Sportvereine in Deutschland von 2009 bis 2014 und Prognose bis zum Jahr 2020 (in Millionen Euro)*. Recuperado el 04 de Abril de 2018, de <https://de.statista.com/prognosen/704028/sportvereine-in-deutschland---umsatzprognose>
- Expansión. (2013). *Los diez deportes más seguidos*.
- Fehlau, G. (27 de 03 de 2018). *Fahrradbranche liefert Zahlen und Fakten zum Radmarkt in Deutschland*. Recuperado el 22 de Marzo de 2018, de http://www.presse-kostenlos.de/auto-und-verkehr/item_19382.htm
- Fitness&Workout. (2018). *Die Zehn beliebtesten Sportarten der Deutschen*. Recuperado el 14 de Marzo de 2018, de <http://www.fitness-und-workout.de/zehn-beliebtesten-sportarten-deutschen>

- Freie Universität Berlin. (2018). *Freie Universität Berlin*. Recuperado el 29 de Marzo de 2018, de https://www.lai.fu-berlin.de/e-learning/projekte/vwl_basiswissen/bip/berechnung_des_bip_verwendungsseite/index.html
- Goldmedia. (2018). *Rekordjahr für Sportwetten: Wetteinsätze überspringen 5-Mrd.-Euro-Marke*. Recuperado el 19 de Marzo de 2018, de <https://www.goldmedia.com/aktuelles/info/article/rekordjahr-fuer-sportwetten-wetteinsaetze-ueberspringen-5-mrd-euro-marke/>
- Havas Sports & Entertainment. (2012). *Havas Sports & Entertainment unveils the 8th Edition of the Great Nations of Sport ranking*.
- IfD Allensbach. (2017). *Allensbacher Marktanalyse Werbeträgeranalyse*.
- INE. (2016). *Cifras de Población a 1 de enero de 2016 Estadística de Migraciones 2015 Adquisiciones de Nacionalidad Española de Residentes 2015*.
- INE. (2016). *Encuesta de Presupuestos Familiares Año 2015*.
- KPMG. (2015). *Socioeconomic impact of professional football in Spain*.
- López, F., Gárate, M., & Zableta, J. (2008). *Análisis y evaluación económica de la participación deportiva en España*. Madrid: Consejo Superior de Deporte.
- Marc, J. J. (23 de 12 de 2014). *El diario del juego*. Obtenido de <http://eldiario.deljuego.com.ar/submenuanalisisdelsector/12095-2014-12-23-15-36-05.html>
- Marc, J. J. (23 de 12 de 2014). *El diario del juego* . Obtenido de <http://eldiario.deljuego.com.ar/submenuanalisisdelsector/12095-2014-12-23-15-36-05.html>
- McKinsey. (2010). *Wirtschaftsfaktor Bundesliga*. Frankfurt am Main: DFL Deutsche Fußball Liga GmbH.
- MECD. (2015). *Encuesta de hábitos deportivos 2015*.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2017). *Anuario de Estadística Deportiva 2017*.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. (2018). *Estructura del Deporte Español. Evolución y Síntesis*. <http://www.csd.gob.es/csd/legislacion/estructura-del-deporte-espanol/3-estructura-del-deporte-espanol>.
- Ministerio de Energía Turismo y Agenda Digital. (2017). *Datos Turismo 2016*.

- Morena, M. (23 de Noviembre de 2015). *Branderstand*. Recuperado el 18 de Febrero de 2018, de Las marcas y el deporte de moda: <http://www.branderstand.com/marcas-deporte-de-moda/>
- NielsenSports. (2018). *Sponsor-Trend 2017*. Recuperado el 18 de Marzo de 2018, de <http://niensensports.com/de/sponsor-trend-2017/>
- Nuevatribuna. (27 de Noviembre de 2016). Recuperado el 18 de Febrero de 2018, de Las apuestas deportivas en España no paran de crecer: <http://www.nuevatribuna.es/articulo/consumo/apuestas-deportivas-espana-no-paran-crecer/20161127100108134214.html>
- Omni-Quest. (2017). *Wie viel Geld geben Sie pro Jahr für Ihre Hauptsportart aus?*
- Oxford living dictionaries. (2018). Recuperado el 15 de Enero de 2018, de <https://en.oxforddictionaries.com/definition/us/e-sport>
- Palowski, T., & Breuer, C. (2013). *Sport und öffentliche Finanzen*. Tübingen: Springer Gabler.
- Pressreader. (13 de 04 de 2017). *Pressreader*. Recuperado el 14 de Marzo de 2018, de <http://www.pressreader.com/spain/costa-del-sol-nachrichten/20170413/282303910002443>
- Preuß, H., & Alfs, C. (2013). *Wirtschaftliche Bedeutung des Sportkonsums in Deutschland*. Berlin: Springer-Verlag.
- Preuß, H., Alfs, C., & Ahlert, G. (2012). *Wirtschaftliche Bedeutung des Sportkonsums in Deutschland*. Mainz.
- Preuß, H., Kurscheidt, M., & Schütte, N. (2009). *Ökonomie des tourismus durch sportgroßveranstaltungen. eine empirische analyse zur fußball-weltmeisterschaft 2006*. Wiesbaden: Gabler.
- Richter, F. (19 de Septiembre de 2014). *Sportsbars - Fußball in der Gastronomie*. Recuperado el 22 de Marzo de 2018, de Statista: <https://de.statista.com/infografik/3030/sportsbars--fussball-in-der-gastronomie/>
- Schubert, M., Horch, H.-D., & Hovemann, G. (2006). *Ehrenamtliches Engagement in Sportvereinen*. Köln: Institut für Sportökonomie und Sportmanagement.
- SportCMD. (21 de Marzo de 2016). *La práctica deportiva en España crece un 45,9%*. Obtenido de <https://www.cmdsport.com/multideporte/actualidad-multideporte/la-practica-deportiva-en-espana-crece-un-459/>
- SportsEconAustria. (2012). *Study on the Contribution of Sport to Economic Growth and Employment in the EU*.

- Statista. (2017). *Warum treiben Sie Sport?* Recuperado el 05 de Abril de 2018, de <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1675/umfrage/gruende-fuer-sport/>
- Statista. (2018). Recuperado el 20 de Marzo de 2018, de Umsatz der Branche Herstellung von Sportgeräten in Deutschland von 2008 bis 2013 und Prognose bis zum Jahr 2020 (in Millionen Euro): <https://de.statista.com/prognosen/400326/herstellung-von-sportgeraeten-in-deutschland---umsatzprognose>
- Statista. (2018). *Anzahl der Personen in Deutschland, die ein Sky-Abonnement im Haushalt besitzen, von 2013 bis 2017 (in Millionen)*. Recuperado el 16 de Marzo de 2018, de <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/267946/umfrage/pay-tv--besitz-eins-sky-abonnements-im-haushalt-in-deutschland/>
- Statista. (2018). *Anzahl der Personen in Deutschland, die ein Sky-Abonnement im Haushalt besitzen, von 2013 bis 2017 (in Millionen)*. Recuperado el 28 de Marzo de 2018, de <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/267946/umfrage/pay-tv--besitz-eins-sky-abonnements-im-haushalt-in-deutschland/>
- Statista. (2018). *Average revenues received from gate receipts by the top division football clubs in Europe in 2015, by country (in million euros)*. Recuperado el 27 de Marzo de 2018, de <https://www.statista.com/statistics/722949/gate-receipt-revenues-of-football-clubs-europe/>
- Statista. (2018). *Bevölkerung in Deutschland nach Häufigkeit des Sporttreibens in der Freizeit von 2014 bis 2017 (Personen in Millionen)*. Recuperado el 20 de Marzo de 2018, de <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171911/umfrage/haeufigkeit-sport-treiben-in-der-freizeit/>
- Statista. (2018). *European soccer leagues average merchandise turnover per club in the 2012/13 season (in million euros)*. Recuperado el 28 de Marzo de 2018, de <https://www.statista.com/statistics/284800/average-merchandise-turnover-european--big-five--soccer-leagues-per-club/>
- Statista. (2018). *Sponsoringvolumen für Sport und Kultur in Deutschland von 2011 bis 2016 (in Milliarden Euro)*. Recuperado el 21 de Marzo de 2018, de <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/167709/umfrage/ausgaben-fuer-sponsoring-in-sport-und-kultur/>
- Statista. (2018). *Weltweiter Vergleich - Umsatz*. Recuperado el 27 de Marzo de 2018, de <https://de.statista.com/outlook/272/100/sportveranstaltungen/weltweit#market-global>
- Statista. (2018). *Wie viel haben Sie in den letzten 12 Monaten insgesamt für Sport- und Fitnesszubehör ausgegeben?* Recuperado el 05 de Abril de 2018, de <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/597457/umfrage/kauf-von-sport-und-fitnesszubehoer-ausgaben/>

- Statista, & Eurostat. (2017). *Umsatz im Einzelhandel mit Fahrrädern, Sport- und Campingartikeln in Deutschland von 2009 bis 2014 und Prognose bis zum Jahr 2020 (in Millionen Euro)*. Recuperado el 15 de Marzo de 2018, de <https://de.statista.com/prognosen/400430/einzelhandel-mit-fahrraedern-sport--und-campingartikeln-in-deutschland---umsatzprognose>
- Statistisches Bundesamt. (2017). *Dem Wirtschaftsfaktor Sport auf der Spur*.
- Stern. (2018). Recuperado el 12 de Marzo de 2018, de <https://www.stern.de/sport/olympia/olympia-2018/medaillenspiegel-olympia--die-erfolgreichsten-nationen-im-ueberblick-7859912.html>
- Studlib. (2018). *Sport und öffentliche Finanzen*. Recuperado el 02 de Abril de 2018, de <https://studlib.de/11338/okonomik/einleitung>
- Suhr, F. (04 de Abril de 2017). *Statista*. Recuperado el 26 de Febrero de 2018, de So fit ist Deutschland: <https://de.statista.com/infografik/8802/mitglieder-in-fitnessstudios-in-europa/>
- Veloso, M. (25 de Septiembre de 2017). *ABC Economía*. Recuperado el 31 de Marzo de 2018, de La escasa cuota de la televisión de pago en España dificulta que las «telecos» rentabilicen el fútbol: http://www.abc.es/economia/abci-escasa-cuota-television-pago-espana-dificulta-telecos-rentabilicen-futbol-201605181752_noticia.html
- Villaécija, R. (13 de 09 de 2017). España infla la burbuja del fitness. *El mundo*.
- Wirtschaft und Schule*. (18 de 03 de 2018). Recuperado el 12 de Enero de 2018, de Wie viel Sportler für ihr Hobby ausgeben: <http://www.wirtschaftundschule.de/aktuelle-themen/unternehmen-markt/wirtschaftsfaktor-sport/wie-viel-sportler-fuer-ihr-hobby-ausgeben/>
- ZIV. (2017). *Zahlen –Daten –Fakten zum Fahrrad Markt in Deutschland 2016*. Berlin.

8. Anexo

Anexo 1: Definición de las categorías utilizadas en el Anuario de Estadísticas Deportivas 2017 para los gastos de los hogares en el deporte:

Categoría	Gastos incluidos
09411 Servicios recreativos y deportivos	Gastos en estadios deportivos, circuitos de carreras, hipódromos, campos de golf, piscinas, canchas de tenis, squash, gimnasios, boleras, parques de atracciones, ferias, parques para niños, visitas guiadas, servicios de montañeros, guías, etc.; máquinas recreativas distintas de las de juego, remotes y teleféricos de estaciones de esquí; alquiler de equipo y accesorios para el deporte y el tiempo libre como aviones, barcos, caballos, etc.; lecciones en grupo o individuales; servicios de montañeros, guías, etc.
09321 Equipo para deporte, camping y entretenimiento al aire libre y sus reparaciones	Equipo para deporte, camping y entretenimiento al aire libre y sus reparaciones: Equipo para el deporte, la gimnasia y la educación física tales como pelotas de tenis, de ping-pong, balones, etc.; zapato para deporte como botas de fútbol o baloncesto; protectores para la cabeza o para otras partes como los usados en hockey, béisbol, etc.; otros elementos protectores como chalecos salvavidas, etc.; armas de fuego y munición para caza y deporte, cañas y equipo de pesca; equipo para la playa y para los juegos al aire libre; equipo de camping como mochilas, colchones de aire, etc.
09211 Grandes equipos relacionados con los deportes y el ocio al aire libre	Caravanas, aeroplanos, ultraligeros, aviones sin motor, ala delta; barcos botes no hinchables, motores fuera borda, velas, aparejos, canoas, kayaks, tablas de windsurf o surf, instrumentos de navegación para barcos y aviones; globos y dirigibles, equipo de submarinismo; coches de golf, piscinas no permanentes; caballos y ponies.
09222 Grandes equipos relacionados con los deportes y el ocio en lugares cubiertos	Equipo y artículos de gimnasio; mesas de billar y de pingpong, máquinas pin-ball, máquinas recreativas.
09231 Mantenimiento y reparación de grandes equipos relacionados con el deporte y el ocio	Caravanas, ala delta, mesas de billar, instrumentos musicales, etc.
07131 Bicicletas	Bicicletas

Anexo 2: Definición de las categorías utilizados por Eurostat para el cálculo de los gastos de los hogares en el deporte:

Categoría	Gastos incluidos
CP0921 Major durables for outdoor recreation	Camper vans, caravans and trailers, aeroplanes, micro light aircraft, gliders, hang-gliders and hot-air balloons, boats, outboard motors, sails, rigging and superstructures, horses and ponies, horse or pony-drawn vehicles and related equipment (harnesses, bridles, reins, saddles, etc.), major items for games and sport such as canoes, kayaks, windsurfing boards, sea-diving equipment and golf carts
CP09222 Major durables for indoor recreation	billiard tables, ping-pong tables, pin-ball machines, gaming machines, etc.(excluding toys)
CP0923 Maintenance and repair of other major durables for recreation and culture	maintenance and repair of camper vans, aeroplanes, boats, canoes, musical instruments, etc. ,includes total value of the service (that is, both the cost of labour and the cost of materials are covered), laying up for winter of boats, camper vans, caravans, etc., hangar services for private planes, marina services for boats, veterinary and other services (stabling, feeding, farriery, etc.) for horses and ponies purchased for recreational purposes. culture
CP0932 Equipment for sport, camping and open-air recreation	gymnastic, physical education and sport equipment such as balls, shuttlecocks, nets, rackets, bats, skis, golf clubs, foils, sabres, poles, weights, discuses, javelins, dumb-bells, chest expanders and other body-building equipment, parachutes and other sky-diving equipment, firearms and ammunition for hunting, sport and personal protection, fishing rods and other equipment for fishing, equipment for beach and open-air games, such as bowls, croquet, Frisbee, volleyball, and inflatable boats, rafts and swimming pools, camping equipment such as tents and accessories, sleeping bags, backpacks, air mattresses and inflating pumps, camping stoves and barbecues, repair of equipment for sport, camping and open-air recreation, game-specific footwear (ski boots, football boots, golfing shoes and other such footwear fitted with ice-skates, rollers, spikes, studs, etc.), protective headgear for sports, other protective gear for sports such as life jackets, boxing gloves, body padding, shin-guards, goggles, belts, supports, etc.
CP0941 – Recreational and sporting services	sports stadiums, horse-racing courses, motor-racing circuits, velodromes, etc. , skating rinks, swimming pools, golf courses, gymnasias, fitness centres, tennis courts, squash courts and bowling alleys, fairgrounds and amusement parks, roundabouts, see-saws and other playground facilities for children, pin-ball machines and other games for adults other than games of chance, ski slopes, ski lifts and the like, hire of equipment and accessories for sport and recreation, such as aeroplanes, boats, horses, skiing and camping equipment, out-of-school individual or group lessons in bridge, chess, aerobics, dancing, music, skating, skiing, swimming or other pastimes, services of mountain guides, tour guides, etc.,

	navigational aid services for boating, hire of game-specific footwear (ski boots, football boots, golfing shoes and other such footwear fitted with ice-skates, rollers, spikes, studs, etc.)
--	---

Anexo 3: Delimitación del gasto público incluido en el Anuario de Estadísticas Deportivas:

Administración pública	Programas y gastos
Administración del Estado	336A. Fomento y apoyo a las actividades deportivas. 322K. Deporte en edad escolar y en la universidad y la parte vinculada al deporte del programa 144A. Cooperación, promoción y difusión en el exterior
Administración autonómica	Las funciones o programas vinculados al fomento, promoción, apoyo, ayuda al deporte o a sus infraestructuras, con diversas denominaciones y códigos derivadas de las diferentes estructuras presupuestarias existentes en cada comunidad autónoma
Administración local	Gasto realizado en la política de gasto 34. Deporte, que comprende los originados por los servicios deportivos, tales como promoción y difusión deportiva, gastos de creación, conservación y funcionamiento de los edificios destinados a piscinas, instalaciones deportivas de todo tipo o cualquier otra actuación directamente relacionada con el deporte o la política deportiva de la respectiva entidad local, conforme a lo establecido en la ORDEN EHA/3565/2008, que recoge la estructura de los presupuestos de las entidades locales.

Anexo 4: Definición de las categorías utilizados por Eurostat para las exportaciones e importaciones relacionadas con el deporte de un país:

Categoría	Gastos incluidos
Skate	Ice skates and roller skates, including skating boots with skates attached
Water	Vessels, sailboats, other water-sport boats and water-sport equipment
Golf	Golf clubs and other golf equipment
Racket	Articles and equipment for table tennis; tennis, badminton and similar rackets
Ball	Tennis balls, inflatable balls, other balls (excl. golf balls, and table-tennis balls)
Gymswim	Articles and equipment for general physical exercise, gymnastics or athletics, sport and outdoor games, swimming and paddling pools

Fishing	Fishing rods, fish-hooks, fishing reels and other fishing equipment
Cycle	Bicycles and other cycles (including delivery tricycles), not motorised
Chute	Parachutes (including dirigible parachutes and paragliders) and rotochutes; parts thereof and accessories thereto
Spwear	Swimwear, ski-suits, gloves designed for use in sports
Ftwear	Sports footwear
Shotgun	Sporting, hunting or target-shooting shotguns

Anexo 5: La siguiente tabla ofrece una visión general de los datos comparables:

	España	Alemania
Datos generales		
Proporción valor agregado relacionado con el deporte según definición estrecha/amplia	0,9% /1,28% (7,33 MM/10,41MM) ⁴	1,34%/ 2,31% (27,1 MM/ 46,68 MM)
Empleo relacionado con el deporte según la definición estrecha/amplia	1,33% /1,77% ⁵	1,84% / 3,15%
Cultura deportiva		
Clubes deportivos (2016)	66.004	90.025
Personas que practican deporte al menos una vez al año	57%	53,5%
Personas que practican deporte con más frecuencia	15% (varias veces a la semana)	19,5% (todos los días)
Gastos de los hogares		
Gasto por hogar en el deporte 2010	261	350
Proporción del consumo de deporte de los gastos totales de los hogares	0,84%	1,23%
Gastos en servicios recreativos y deportivos 2010 (en promedio por hogar)	190 PPA	219 PPA
Equipamiento de deporte y camping al aire libre (en promedio por hogar)	37,4 PPA	66,4 PPA
Bienes durables recreación al aire libre (en promedio por hogar)	27,2 PPA	54,9 PPA
Bienes durables recreación interior	4,4 PPA	0 PPA

⁴ Promedio UE: 1,13%/1,76%

⁵ Promedio en la UE: 1,49 /2,12

Mantenimiento de bienes durables para recreación y cultura	1,1 PPA	9,7 PPA
<i>Consumo activo</i>		
Volumen de ventas bicicletas 2015	347 millones de euros	2,43 mil millones de euros (ZIV, 2017)
Ventas de material deportivo a nivel global en 2017	1139,8	2759,31
Miembros en gimnasios en 2016 (proporción de la población total)	5,06 Mío (10,9%)	10,8 Mío (12,3%)
<i>Consumo pasivo</i>		
Apuestas deportivas	6,8 mil millones (2012)	3,041 mil millones (2014)
Televisión de pago 2017	2 millones ⁶	7,4 solamente Sky
Volumen de espectáculos deportivos e-tickets 2018	327,1 millones de euros	268,4 millones de euros
Volumen de ventas por club de fútbol recibido por las entradas vendidas en la taquillas en 2015	26,4 millones	20,9 millones
Volumen de ventas por club recibido por los <i>merchandising</i> en la temporada 2012/13	10 millones	8,9 millones
Gasto público		
Gasto público relacionado con el deporte en 2010 ⁷	3,786 MM	8,33 MM
Proporción de los gastos públicos totales 2010	~0,25%	~0,25%
Comercio exterior		
Exportaciones 2015	0,33% (de las exportaciones totales de Alemania, 2015)	0,31% (de las exportaciones totales de España, 2015)
Importaciones 2015	0,57% (de las importaciones totales de Alemania)	0,45% (de las importaciones totales de España)

⁶ 5,5 familias con televisión de pago (no deporte)

⁷ *análisis con cuidado ya que datos no provienen de la misma investigación