

El espectáculo deportivo en la generación de riqueza

Congreso Vasco del deporte

15 noviembre 2012

Jesús Vazquez

Introducción

- ▣ El deporte es capaz de movilizar masas y audiencias como no son capaces de movilizar otros agentes sociales, políticos o religiosos.
- ▣ La cultura deportiva se ha interiorizado de tal manera que es capaz de provocar modificaciones en los hábitos habituales de una ciudad.
- ▣ La importancia creciente del deporte hace que incida en el consumo, no solo en productos específicamente deportivos, sino también en viajes, hoteles, desplazamientos, ...etc

- ▣ El deporte espectáculo en cuanto a agente económico supera ampliamente a su concepción originaria del deporte y juega distinto tipos de papeles :
 - Representa en torno al 2% del PIB de los países desarrollados.
 - Supone un instrumento de regeneración económica
 - Tiene una gran capacidad como herramienta de integración social
 - Como herramienta ideológica y de identidad colectiva
 - Como elemento de relaciones institucionales

¿ que ha provocado esta transformación del deporte ?

- ▣ Uno de los cambios fundamentales que ha transformado el deporte tradicional es la aceleración del transporte de sonidos e imágenes. Los medios de comunicación
- ▣ Una persona que practica deporte en un entorno reducido se transforma en personaje multinacional.
- ▣ De héroe cercano a mito global.
- ▣ De representante familiar a imagen publicitaria de marca mundial.
- ▣ Las retransmisiones de radio y televisión ha transformado en un ferri internacional global al deporte.

▣ Esto implica:

- Grandes salarios para deportistas profesionales en conceptos de imagen, publicidad y marketing.
- Para los espectadores una participación barata en casa y encarecimiento de la presencia fuera al exigir crecientes demandas de valor añadido, tendiendo los estadios a asemejarse a salas de espectáculos y salas de estar . Zonas de palcos privados, zonas de hospitality, ludotecas...etc.
- La captación de recursos económicos importantes por distintas vías que reviste en consumo .

- ▣ Desde el punto de vista económico, las cifras que se manejan en deportes como el fútbol, baloncesto, automovilismo, motociclismo, tenis....etc, sin contar otros de gran relevancia en función del país como el béisbol o el fútbol americano...son desorbitadas, a lo que también tiene su repercusión en impuestos que revierten a las arcas públicas.
- ▣ Así mismo, la práctica del deporte, tanto amateur como profesional, necesita del consumo de un conjunto de bienes y servicios cuya fabricación, comercialización y prestación genera producción, renta, y empleo a escala muy representativa, a lo que hay que sumar la necesidades construcción, conservación y explotación de instalaciones deportivas tanto públicas como privadas.
- ▣ Toda actividad supone ser agente económico y por ello no vale con decir que es un gran agente económico. Hay que cuantificarlo, y más en estos momentos donde toda inversión o toda subvención ha de estar sujeta parámetros claramente medibles

- ▣ ¿ Las inversiones por parte de la administración en deporte son rentables?
. Gasto o inversión.
- ▣ ¿ cual es el impacto real en la economía local de un club profesional?.
- ▣ ¿ Cual es el retorno de la colaboración de la administración en el deporte profesional?.
- ▣ ¿ Es igualitario el trato de la administración con las S.A.D. que con el resto de las S.A.?

¿ las inversiones en deporte son siempre rentables ?

- ▣ Es necesario analizar el equilibrio entre inversión y retorno.
- ▣ Como ya hemos dicho e la introducción hay factores difícilmente cuantificables (imagen, integración, ocio,...), pero intentaremos centrarnos en la rentabilidad en un único parámetro que es en económico.
- ▣ Dos eventos a analizar:
 - JJOO
 - Copa del rey de Baloncesto

JJOO

- ▣ Cuando pensamos en los JJOO partimos de la base de que es sinónimo de boom económico masivo para la economía local. Sin embargo los efectos son extremadamente reducidos.
- ▣ Si han tenido no obstante el efecto de ser oportunidades para cambiar una ciudad como Barcelona (transportes, viales, urbanizaciones...).
- ▣ Son muchos los estudios elaborados para valorar los beneficios económicos y sociales que se derivan de la organización de macro-eventos como los juegos olímpicos. Sin embargo todos dejaron en evidencia que la construcción de nuevos estadios y sedes son normalmente pésimas inversiones., ya que una vez que finalizan los juegos pasan a tener un índice de utilización muy bajo con grandes gastos para su mantenimiento.

- Por ejemplo teniendo en cuenta los costes de Londres, que ascienden a 9.000 millones de libras, y esta cifra se compara con el crecimiento anual de la economía del Reino Unido, como resultado dará una equivalencia de aproximadamente el 0,7 % del PIB, un gasto que se contabiliza en uno 5 años y que por tanto tiene una repercusión mínima en la economía británica.
- La ciudad de Montreal tardó más de 30 años en pagar la cantidad de 6.000 millones de dólares en valor actualizado, y que ha tenido un bajo rendimiento posterior y que actualmente se encuentra inutilizado.
- El mundial de fútbol de Qatar 2022, supondrá una inversión de 70.000 millones de dólares en cinco nuevos estadios de vanguardia y otras infraestructuras. El coste por residente de Qatar roza los 35.000 dólares al tratarse de un país con algo más de 2 millones de habitantes.
- China gastó 40.000 millones de dólares en los cuatro años previos a los juegos, es decir el 0,3 % del PIB anual de China.
- En Atenas la inversión fue de 15.000 millones y que supuso el 7% del PIB en 2004. El hecho de que Atenas ya era una ciudad turística, los posibles beneficios tras el evento en esta materia son cuestionables.

- ▣ Los macro eventos como los JJOO son muy emocionantes par los ciudadanos y políticos, pero los costes económicos suelen superar a los beneficios económicos que supone albergarlos.
- ▣ Es verdad también que en esta valoración nos ceñimos a impactos económicos directos y no al retorno en imagen y comunicación que si supone muy superior al valor invertido al que habría supuesto los GRP contratados a través di diversos formatos.

Copa del Rey de Baloncesto

▣ Gasto directo de la organización

Tipo Gasto	Gasto Total (€)
Palacio de los Deportes	109.098
Costes Técnicos	144.705
Elementos Producción	162.712
RRHH	168.062
Catering y Manutención	196.870
Ticketing y Control Accesos	58.880
Transportes	35.490
Hoteles y Viajes	426.500
Arbitros y Trofeos	64.720
Otros	332.525
TOTAL	1.699.561 €

Gasto de asistentes y medios

Gasto por asistente 525
Gasto por visitante 729



RESUMEN GASTO ASISTENTES

Gasto de los medios acreditados

141.550 €

Visitantes 10.994 con un gasto de 729,50 €

8.020.123 €

Madrid 6309 asistentes con un gasto de 178,7 €

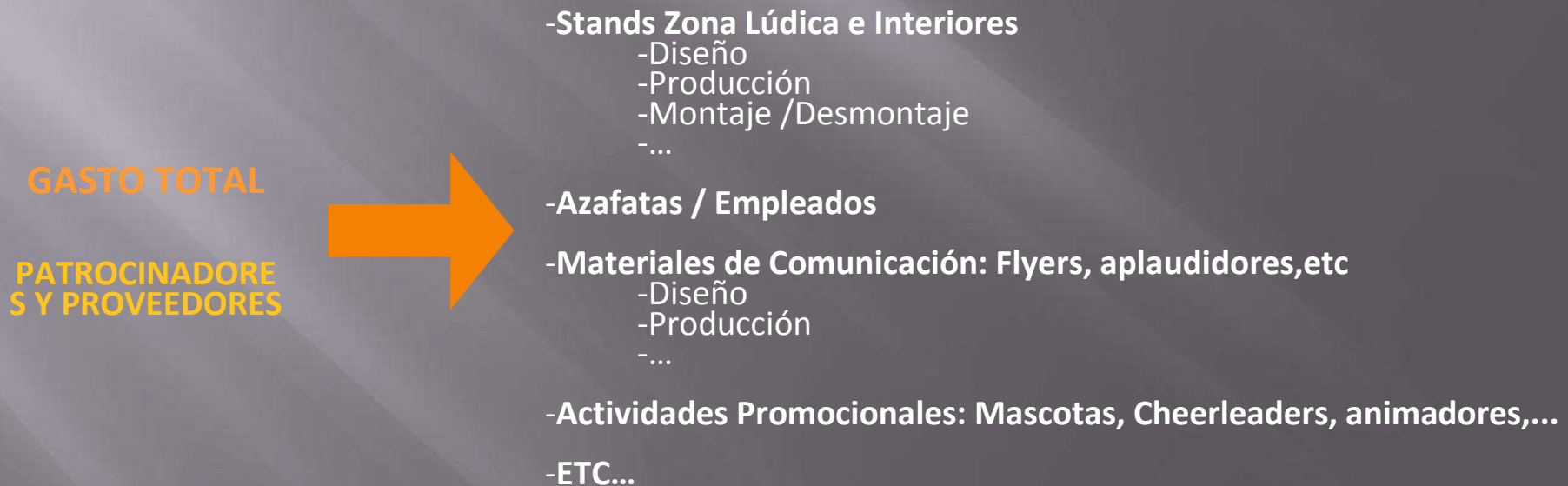
1.127.418 €

TOTAL GASTO ASISTENTES

9.289.091 €

Gasto de patrocinadores

El gasto Directo realizado por los Patrocinadores y Colaboradores es de 1.031.000 €



ROI ponderado

	Precio a Pagar (€)	Porcentaje
Nada	0,0	22,6
De 1 a 20 €	10,5	28,0
De 21 a 60 €	40,5	24,0
De 61 a 120 €	90,5	11,4
De 121 a 300 €	210,5	8,6
Más de 300 €	300,0	5,5
Precio ponderado por persona	54,3 €	

Población de la Comunidad de Madrid (1)	6.271.638
Usuarios asiduos (2)	3,10%
Efectos externos totales	10.557.048 €

GASTOS DE LA ORGANIZACIÓN	1.699.561 €
GASTOS DE LOS ASISTENTES Y MEDIOS ACREDITADOS	9.289.091 €
GASTOS DE LOS SPONSORS/COLABORADORES	1.031.000 €
EVALUACIÓN DE LA DIMENSION MEDIATICA	1.934.984 €
EVALUACIÓN DE LOS EFECTOS EXTERNOS/CONTINGENTE	10.557.048 €
TOTAL VALORES IMPUTABLES	24.511.684 €

-Gastos Organización

- Personal
- Desplazamientos
- Alojamientos / Transporte
- ...



-Gastos Asistentes y Personal Medios

- Abonos / Entradas
- Alojamientos / Transporte
- Cultura y Ocio
- ...



-Gastos Patrocinadores /Proveedores

- Stands
- Personal
- Materiales Comunicación
- ...



€ IMPUTABLES A LA COMUNIDAD DE MADRID :

GASTOS DIRECTOS Y VALORES INDUCIDOS



-Dimensión Mediática

- Repercusión en Medios
- Otros Activos



-Valor Contingente

Repercusión macroeconómicos

Gastos de Organización	1.699.561 €
Gasto de los Asistentes	9.289.091 €
Gasto de los Sponsors y colaboradores	1.031.000 €
INGRESOS DIRECTOS	12.019.652 €

AGREGADOS MACROECONOMICOS

PRODUCCION EQUIVALENTE	
Multiplicador 2,479905	
Importe	29.807.595 €

PIB (Producto Interior Bruto)	
Multiplicador 0,757947	
Importe	9.110.269 €

VAB (Valor añadido Bruto)	
VAB=PIB-Impuestos netos sobre productos	
Importe	8.162.801 €

EMPLEO	
Multiplicador 0,0000246	
Número de empleos generados	433

Ingresos a la Hacienda pública

INGRESOS DE LA HACIENDA PUBLICA	
Impuestos Netos sobre los Productos	947.468 €
Impuesto de Sociedades	324.097 €
Cotizaciones a la Seguridad Social	1.016.902 €
I.R.P.F	600.080 €
TOTAL INGRESOS HACIENDA PUBLICA	2.888.546 €

Total impacto económico

Ingresos directos	12.019.652 €
VALORES INDUCIDOS	
Ingresos en la Hacienda Pública	2.888.546 €
Evaluación externa o efecto contingente	10.557.048 €
Impacto en los medios de comunicación	1.934.984 €
TOTAL IMPACTO ECONÓMICO	27.400.230 €

INGRESOS DIRECTOS
Organización,
Asistentes y
Patrocinadores



**AGREGADOS
MACROECONÓMICOS**

Producción
Equivalente, PIB, VAB y
Empleo



**VALORES
INDUCIDOS**

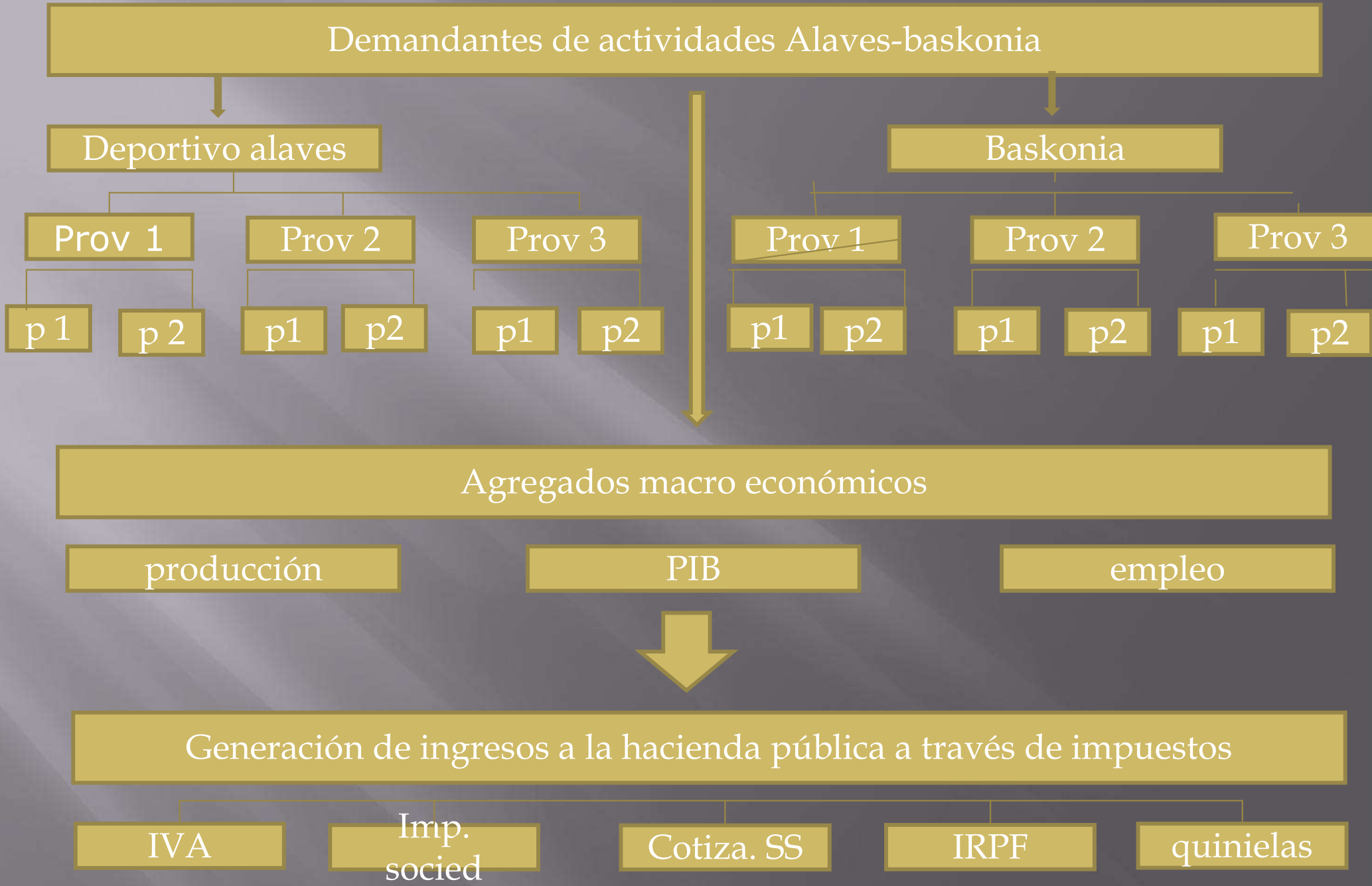
Ingresos Hacienda
Pública,
Valor Contingente y
Valor Mediático



Total impacto
económico

Impacto de un club en la economía local

- ▣ A la hora de exponer los datos y criterios seguidos me he basado en el estudio realizado por el Departamento de economía financiera del País Vasco y realizado por los investigadores Pedro Manuel Gómez Rodríguez y Amaya Lafuente Ruiz con la Dirección de Iñaki Periañez Cañadillas y realizado en el año 2002.
- ▣ Tres ámbitos de análisis
 - Empresarial
 - Turístico
 - residencia



Gasto realizado por personas

- Taquillas socios
- Prensa deportiva
- Hostelería/restauración
- Material deportivo
- Televisión de pago
- quinielas

Gasto realizado por empresas

- Publicidad radios
- Publicidad
- Publicidad prensa

Gasto realizado por empresas (gestionado por los clubes)

- Publicidad y patrocinio
- Ingresos explotación clubes
- Subvenc. A la explotación



Efecto multiplicador

Efecto total en indicadores macroeconomicos

Efecto ambito empresarial

- En cuanto producción se ha cuantificado en 116.299.206 de euros realizados a lo largo de la cadena para poder satisfacer las demandas finales generadas por alavés y Baskonia o lo que supone 33,2 millones al año.
- Por otra parte a través del PIB se puede establecer la suma de los valores añadidos generados en los distintos eslabones. El importe al que asciende el conjunto de impactos anuales por este concepto se concreta en 70.500.747 euros.
- El número de trabajadores que es necesario emplear para generar la producción expuesta es de 524 trabajadores.
- Respecto al efecto sobre los ingresos para las instituciones públicas en relación con el IVA el impuesto de sociedades, las cotizaciones a la SS y el IRPF asciende a 20.701.165. o 4,1 millones al año.

turístico

- ▣ Solo en medios de comunicación impresos de ámbito nacional lo que han supuesto ambos clubes de ahorro de inversión publicitaria para la ciudad es de 853.000 euros.
- ▣ El 53% de las agencias de viajes consideran que ha aumentado la demanda del turismo activo.
- ▣ En cuanto a los alojamientos el 60% de las pensiones consideran que aumenta el número de sus clientes, frente al 37,5% de los hoteles.
- ▣ En cuanto a los bares la opción es de que el 63% índice en que les influye positivamente,

Ámbito residencial

- ▣ La mayoría de la muestra entrevistada atribuye a los dos clubes un impacto positivo muy importante sobre determinadas variables socioeconómicas de muy diversa índole(calidad de vida, empleo, orgullo cívico..etc.).
- ▣ La mayoría de las personas entrevistadas se mostraron a favor de mantener e incluso aumentar el apoyo institucional a ambos clubes así como al deporte en general.(años 2002).
- ▣ Finalmente indicar que desde el punto de vista social los éxitos de los clubes causan un visible efecto de imitación entre la juventud. Se observa siempre un aumento de la práctica del deporte y como consecuencia una forma más saludable de vida.
- ▣ En este sentido, el efecto de los clubes se traducen en ,primero, dar ejemplo de vida deportiva a la juventud(82%), segundo, mejorar la imagen de la ciudad (71%) y tercero , fomentar el orgullo de vivir en Vitoria Gasteiz (64%).

Resumen del efecto a día de hoy

- ▣ El grupo Baskonia en la actualidad suma más de 24 millones de presupuesto entre los que se encuentran los 15 del Baskonia, los 3,2 del Deportivo Alavés, los 5 de Bakh, 1 millón en la Fundación 5 + 11.
- ▣ Las inversiones realizadas por el grupo en infraestructuras supera los 36 millones
- ▣ El número de trabajadores directos del grupo es de 253 trabajadores
- ▣ El número de proveedores del grupo es de 520
- ▣ El número de empresas que utiliza al grupo como herramienta de imagen de marca y relaciones públicas es de 275 en sus distintos grados de patrocinios
- ▣ El número de personas identificadas a través del CRM de grupo es de más de 70.000 personas.
- ▣ la contribución a la hacienda Foral el último año supera los 4 millones de euros en conceptos de IRPF e IVA de forma directa

- ▣ De los 24 millones de presupuesto 12 millones corresponden a contrataciones de servicios locales y contrataciones de personal.
- ▣ La participación de espectadores en espectáculos deportivos el último año ha superado los 474.500 espectadores
- ▣ Los estudios de impacto actuales sobre los que el grupo aporta a la imagen de las instituciones y ciudad, provincia y comunidad autónoma equivale a tres millones de euros en publicidad
- ▣ Así mismo en el aspecto de internacionalización, entre Alavés y Baskonia se ha competido en más de 24 países, con casi 350 partidos internacionales.
- ▣ El número de jóvenes que participa en alguna de las actividades de la Fundación 5+11 supera los 30.000.colaborando a su vez con más de 100 entidades sociales, culturales y deportivas.

Colaboración de la administración ¿gasto o inversión?

- ▣ En la actualidad la CEE empieza a debatir la relación de la administración con el deporte profesional y a exigir que las aportaciones estén basadas en criterios objetivos y relacionados directamente por el retorno que obtiene de ellas.
- ▣ Vista la exposición anterior, desde mi punto de vista no toda inversión en deporte espectáculo es rentable, pero no todas las colaboraciones están fuera de lugar.
- ▣ En todo caso hay que analizar muy bien el que, como, cuanto, para qué, por cuánto tiempo y con que objetivo y con que parámetros de valoración objetiva se van a medir los resultados.
- ▣ Es importante no tanto cuanto, como el retorno que consigue la sociedad y el % de la colaboración en relación al presupuesto.
- ▣ Sin embargo hacer inversiones en infraestructuras sin pensar perfectamente, no tanto cuanto cuesta la inversión, sino que rentabilidad de uso va a tener y que coste de explotación va a tener es un gran riesgo sean grandes pabellones, palacios de congresos o auditorios.

Relación administración S.A. Y S.A.D.

- ▣ La respuesta a priori es de trato exactamente igual.
- ▣ No obstante hay que preguntarse también cual es el nivel de intervencionismo de la administración pública en este sector y entonces igual se empezamos a entender porque se aplican baremos distintos.
- ▣ En aquellos países donde el deporte profesional es un sector empresarial más como por ejemplo la NBA, se realizan acuerdos de colaboración con entidades locales que quieren tener una franquicia en su ciudad por el movimiento económico que generan en la ciudad y que pasa por distintos tipos de acuerdos como cesiones de instalaciones o acuerdos económicos, pero siempre ponderado y sin intervencionismo del estado en sus ligas profesionales.

Conclusiones

- ▣ Como conclusión a la exposición terminaría diciendo que es evidente que el espectáculo deportivo genera riqueza.
- ▣ Que incide no solo en aspectos económicos sino también promocionales y sociales, pero que ha de tener una dimensión que sea capaz de sostener y que implique los acuerdos con instituciones y empresas ponderados a la aportación real de esta en la economía local y de retorno esperado.
- ▣ La administración debe a su vez limitar su intervencionismo al igual que en cualquier otro sector productivo si quiere aplicar criterios igualitarios entre sociedades anónimas y sociedades anónimas deportivas