

El deporte en la cesta de la compra, ¿lujo o necesidad?



El deporte es un fenómeno global con efectos en numerosos ámbitos económicos y sociales y constituye una pieza clave en la configuración de lo que se ha dado en llamar la sociedad o cultura del ocio. Las sociedades contemporáneas se han deportivado (Moscoso y Moyano, 2009) y este proceso trae asociadas repercusiones en el plano económico.

En el análisis de dichas repercusiones, distinguimos dos formas de participación deportiva. Por una parte, está la práctica de una actividad deportiva, formalmente llamada

participación activa o directa. Y, por otra parte, la asistencia a acontecimientos deportivos, llamada participación pasiva o indirecta. Se trata de dos modos diferentes de participación (Lera y Rapún, 2007; Lera y Rapún, 2011a) que llevan aparejadas importantes implicaciones para el gasto vinculado al deporte y, a la postre, para la industria del deporte (Lera y Rapún, 2005).

En el caso concreto español, en el año 2022 el gasto de las familias vinculado al deporte supuso el 1,05 % del total del gasto familiar, lo que supone un incremento significativo tanto en términos absolutos como en porcentaje con respecto a años anteriores.

Ante este panorama resulta importante preguntarnos por la **relación** que presentan los **gastos vinculados al deporte** con respecto a los **ingresos de los hogares españoles**. Pues el hecho de que los ingresos de las familias influyan significativamente en este tipo de gastos demuestra que es necesaria una mayor intervención política para que el consumo deportivo sea más accesible para los grupos con limitaciones monetarias.

Esta relación entre ingresos y gastos resulta de relevancia tanto para las empresas deportivas como para los responsables políticos, pues deben ser conscientes de que las variaciones negativas de los ingresos pueden influir en el consumo deportivo.

Concretamente, esta cuestión se puede abordar analizando los efectos renta-gasto que en ambos casos permitiría determinar que tipo de gastos son más accesibles para los grupos de renta más bajas o más altas. A través de la cuantificación de las elasticidades podemos analizar estos efectos, pues los resultados serían de relevancia para las Administraciones Públicas así como para las empresas proveedoras de bienes y servicios deportivos, sobre todo a hora de cuantificar y predecir el efecto de sus decisiones y/o acciones. Por ejemplo, en el primer caso para tomar decisiones sobre posibles subvenciones para el fomento de la participación deportiva y en el segundo, para la fijación de precios en su estrategia de mercado.

Para poder profundizar este aspecto, los datos tenidos en cuenta corresponden a la Encuesta de Presupuestos Familiares realizada por el Instituto Nacional de Estadística de 2022, siendo una muestra representativa de los hogares privados del estado español, concretamente las observaciones totales son 20.585. Para la delimitación de los bienes y servicios vinculados al deporte se tiene en cuenta la clasificación europea de consumo (European Classification of Individual Consumption by Purpose) con el máximo nivel de desagregación. En particular, hemos agrupado el gasto de consumo deportivo de los hogares siguiendo el mismo criterio del Anuario de Estadísticas Deportivas, que dentro de la categoría de servicios recreativos y deportivos, distingue la asistencia a eventos deportivos (código 09411) y la participación deportiva (código 09412).

Con el fin de medir empíricamente como responde este tipo de gastos a los cambios en los ingresos de los hogares (elasticidad-renta) se llevan a cabo las estimaciones que relacionan el gasto en asistencia y participación con los ingresos del hogar. Para ello se realiza la estimación de cuatro modelos: (i) modelo en dos partes con especificación log-log para la ecuación de gasto, (ii) modelo en dos partes con la transformación de Box-Cox aplicada al gasto, (iii) modelo Tobit y (iv) modelo de selección de Heckman.

Los resultados obtenidos indicarían que, tal y como cabría esperar, los ingresos tienen una incidencia directa y significativa sobre la asistencia y sobre la participación deportiva. Aunque el valor las elasticidades estimadas depende del modelo utilizado, todos ellos

arrojan valores de las elasticidades totales positivos y mayores de la unidad. En base a estos resultados, tanto en el caso del gasto en asistencia como en el de participación, estaríamos frente a bienes normales.

Asimismo, al ser la elasticidad mayor que 1 en ambas categorías, participación y asistencia, se podrían considerar **bienes de lujo**, es decir, bienes cuya demanda asciende, más que proporcionalmente, ante un incremento de la capacidad económica del consumidor. Es decir, podríamos esperar que ante incrementos en los ingresos percibidos por los hogares españoles, los gastos vinculados al deporte de estas familias sean superiores. Otra conclusión que se desprende de este trabajo es que los valores de la elasticidad-renta de los gastos en participación son mayores que los de la asistencia.

Los resultados obtenidos revisten un indudable interés para los gestores de empresas deportivas, cuyas estrategias de marketing deben dirigirse a un público objetivo y grupos específicos, pero sobre todo esta información resulta indudablemente necesaria para los responsables de la implementación de políticas públicas.

Las políticas públicas a menudo no abordan las necesidades de todos los sectores de la sociedad, lo que puede perpetuar las desigualdades existentes, por lo que fomentar políticas inclusivas y garantizar el acceso al deporte son pasos fundamentales para reducir la desigualdad socioeconómica y mejorar la salud y el bienestar de la población.

Entre las implicaciones de política, cabe señalar que los resultados de nuestra investigación respaldan una mayor intervención pública mediante la adopción de medidas para que la participación deportiva sea más accesible a todos los grupos de renta, con el fin de disminuir la desigualdad que podría producirse ante este panorama.

Mary Elena Sánchez Gabarre

Universidade da Coruña

Referencias

Lera-López, F. y Rapún-Gárate, M. (2005). Sports participation versus consumer expenditure on sport: Different determinants and strategies in sports management. *European Sport Management Quarterly*, 5(2), 167–186. <https://doi.org/10.1080/16184740500188656>

Lera-López, F. y Rapún-Gárate, M. (2007). The demand for sport: Sport consumption and participation models. *Journal of Sport Management*, 21(1), 103–122. <https://doi.org/10.1123/jsm.21.1.103>

Lera-López, F. y Rapún-Gárate, M. (2011a). Determinants of sports participation and attendance. Differences and similarities. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 12(2), 167–190. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-12-02-2011-B007>

Moscoso, D. y Moyano, E. (coords.) (2009). Deporte, salud y calidad de vida. Colección Estudios Sociales. Barcelona, Fundación La Caixa.

Link to Original article: <https://www.seed-deporte.es/noticias/el-deporte-en-la-cesta-de-la-compra-lujo-o-necesidad?elem=334194>