



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

**La industria del deporte en
México: diagnóstico y
perspectivas**

TESINA

Que para obtener el título de:
Licenciado en Economía

P R E S E N T A

Sandra Georgina Aceves Cahue

DIRECTOR DE TESIS

Dr. Samuel Ortiz Velásquez





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A la UNAM, por ofrecerme un abanico de oportunidades y darme alas para volar.

Al Dr. Samuel, por enseñarme la importancia de la paciencia y tenacidad, por sembrar en mí la curiosidad, por inspirar y saber que con entrega y dedicación todo es posible, al final todo está conectado y en cada cadena, cada eslabón tiene gran y especial importancia, así como lo fue usted en mi carrera. Gracias por creer y confiar en mí.

A mis sinodales, cada uno ha tocado vidas, así como la mía y las ha transformado compartiendo sus conocimientos, inspirando, fomentando un espíritu crítico, analítico, sin olvidar el lado humano. A cada uno les admiro la entrega, pasión, dedicación y amor que transmiten por la economía en cualquiera de sus ramas.

Mamá, gracias por creer en mí aun cuando ni yo lo hacía, gracias por tu amor y apoyo incondicional, por tu tenacidad y paciencia, por escuchar y decir las palabras idóneas cuando las he necesitado, por sacudirme y levantarme las veces necesarias, por nunca rendirte, por todos los sacrificios, lágrimas y enojos compartidos, por ser mi mayor cómplice y ser a lo largo de mi carrera y durante mi vida, mi más grande fortaleza. Gracias por siempre estar.

Papá, gracias por ser mi mayor inspiración, soporte y motivación, por tu amor y consejos, además de estar incondicionalmente. Te admiro tanto, gracias por dejarme ser, enseñarme a luchar, creer y tener más proyectos que recuerdos.

Abues, gracias por escuchar, por sus palabras y estar a mi lado en todo momento con todo el amor y disposición. Gracias por ser los abuelitos más extraordinarios, por acompañarme en cada partido y siempre sentirse orgullosos.

Denis, gracias por enseñarme que lo imposible se puede lograr, que sólo es cuestión de intentarlo.

Andy, Betz, Sam, Jacky, Pau, Edith, Humberto y Miguel, gracias por levantarme cada vez que me caía, gracias por alentarme y enseñarme la luz cuando creía que no podía más, gracias por siempre ser mis incondicionales.

Gracias al deporte, el *flag* cambió mi vida por completo, entendí que el sentimiento de pasión y amor por tu equipo e institución se lleva en la piel dorada y la sangre azul. Agradezco la oportunidad de representar a mi universidad en una Universiada Nacional y formar parte de un equipo que se volvió familia. Viví las mejores y más enriquecedoras experiencias a través de las risas, complicidades, desvelos, cansancios y tristezas, a veces solo hacía falta un respiro para poder seguir. Me llenaron de herramientas para enfrentarme a la vida. Gracias *Coaches* y Amigas.

Introducción	4
Justificación	4
Problemática	5
Objetivo general	5
Objetivos particulares	6
Capítulo 1. El deporte como manifestación cultural y económica	9
1.1 Antecedentes históricos	9
1.2 Dimensión cultural y económica del deporte	20
1.3 El deporte desde el análisis económico	34
1.3.1. Toma de decisiones	34
1.3.2. Microeconomía del deporte	37
1.3.3 Macroeconomía del deporte	44
Capítulo 2. Estudios en Economía del Deporte	51
2.1 Investigaciones empíricas	51
2.2 Investigaciones del impacto económico deportivo en México	55
2.2.1 Impacto económico del fútbol en el país	57
2.2.2 Impacto económico de eventos deportivos en la CDMX	59
2.2.3 Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico	67
Capítulo 3. Estudio empírico para el caso mexicano	76
3.1 Censos Económicos	78
3.1.1 Dinámica	78
3.1.2 Estructura	81
3.1.3 Organización Industrial	85
3.1.4 Clases de la industria deportiva	91
3.2 Obstáculos que enfrentan las empresas a nivel Nacional en la industria deportiva	102
3.3 Multiplicadores	106
Conclusiones	110
Recomendaciones	116
Bibliografía	117

Hay pasiones que sobrepasan el límite de nuestro cuerpo, enriquecen el alma y fortalecen el corazón.

-Anónimo

Introducción

El deporte es universal y ha acompañado al hombre desde el inicio de la civilización, se habla de él todos los días desde múltiples perspectivas. De acuerdo con algunos autores como Heinemann (1998), Espejo-Saavedra (2002), Pedrosa y Salvador (2003), el deporte engloba una serie de bienes y servicios, la práctica deportiva involucra oferta y demanda. Los grandes actores en la industria deportiva son las empresas, el gobierno y la sociedad, los cuales se involucran con el deporte por medio de flujos monetarios, ya sea consumiendo o invirtiendo, haciendo posible una economía del deporte.

El deporte ha sido influido por los vertiginosos cambios sociales y económicos de los años recientes, especialmente los derivados de la globalización y el avance de la ciencia, los cuales transformaron por completo la estructura del deporte y han permitido que este se convierta en un importante catalizador social.

Justificación

La creciente importancia de la comercialización del deporte y su impacto en la economía de mercado hace necesario el estudio de este tema bajo la perspectiva de la ciencia económica; ya que al igual que otras actividades del hombre, el deporte enfrenta procesos de producción, distribución y consumo; por lo tanto, se puede considerar como un bien de mercado al tener una oferta y demanda.

Efectivamente, el estudio del deporte no se debe limitar a su práctica, sino al conjunto de vertientes que lo convierten en una industria, así como su impacto en el rubro económico: en la economía pública (presupuesto deportivo), el estudio del comportamiento del hogar (prácticas y consumo deportivo), incursiones en la economía industrial (industria y mercados de productos deportivos, estrategias de las empresas involucradas), en la economía de servicios (espectáculos deportivos, publicidad y patrocinio).

El deporte también se ha transformado en un sector de ocupación (jugadores profesionales, entrenadores, producción y transmisión de eventos deportivos, mantenimiento de instalaciones deportivas, directivos y administrativos). La industria del deporte tiene

impactos sociales y económicos en el plano regional a través de la organización de eventos o la inversión en infraestructura como estadios y centros deportivos, fomentando el turismo, implicando la construcción de carreteras, además de favorecer la integración y participación social por medio de la identificación con el equipo regional. Otro impacto es a través de empresas internacionales y flujos de comercio e inversión, generándose canales típicos a nivel de empresas transnacionales, por ejemplo, manufacturas productoras de calzado deportivo, diseño y construcción de instalaciones deportivas.

Problemática

Existen manuales y publicaciones orientados al *marketing* deportivo, gestión deportiva, impacto de eventos deportivos, economía del deporte y otras materias relacionadas, que abordan autores como: Baade y Matheson (2004), Blanco (2006), Rodríguez (2012), Molina (2019), García (2004), entre otros. Pero llama la atención que el deporte no se ha analizado desde la óptica de la industria. Actualmente el alto nivel de desagregación del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), permite construir estadísticas para tipificar a la industria del deporte y con ello avanzar a la comprensión de su importancia y efectos económicos en México.

El deporte está sujeto a tendencias y a una permanente evolución, además de la intervención de múltiples factores para su práctica: diversión, salud, relaciones sociales, *etc.* Además, alrededor de este sector se generan relaciones de complementariedad que lo hacen interdependiente con otros sectores de la economía, por lo tanto, el estudio de la industria debe ser diversificada.

En esta tesina se aborda al deporte desde la perspectiva de la industria deportiva y su impacto en la economía mexicana, para ello se considera al deporte como actividad económica y se analiza desde diversas aristas: agentes, entidades y actividades.

Objetivo general:

Examinar la importancia y la conducta de la industria del deporte en México desde una perspectiva conceptual, histórica y empírica.

Objetivos particulares:

1. Identificar en términos generales la importancia de la industria deportiva desde un enfoque histórico dentro del marco del análisis económico.
2. Presentar un debate actualizado sobre bibliografía empírica a nivel internacional y en México que aborda la temática del deporte en la economía.
3. Examinar a nivel estadístico la importancia económica y la conducta de la industria del deporte en México a partir de indicadores de estructura, dinamismo y organización industrial, así como identificar los retos y desafíos que presentan las empresas que participan dentro de esta industria en México.
4. Generar recomendaciones de política encaminada a superar los obstáculos al crecimiento que presenta la industria del deporte en México.

Para cumplir tales objetivos la tesina se estructura en tres capítulos.

En el primer capítulo se aborda al deporte desde su evolución histórica, atendiendo las motivaciones y necesidades de las distintas culturas, creando y desarrollando distintas formas de actividad física hasta tomar un carácter económico. Además, se define y categoriza el deporte desde distintas perspectivas; al estar situado en la intersección entre la cultura, el ocio y entretenimiento, no acaba de encontrar acomodo en las clasificaciones habituales de las industrias culturales y creativas. De igual manera, se establece su carácter de “bien” y como la industria del deporte es un claro exponente de las nuevas formas de organización productiva visible en diferentes sectores y ámbitos.

Se aborda desde su carácter multidisciplinario e integración como vertiente económica, desde esta perspectiva se muestran las variables macro y microeconómicas de la actividad deportiva general, como: la demanda y oferta agregadas, infraestructura, turismo, salud, empleo, balanza de pagos. De esa forma, se evidencia el impacto de esta industria.

Por otro lado, se consideran los efectos directos o indirectos, que como fenómeno social supone una serie de gastos para su realización, desarrollo y disfrute; los cuales afectan a las personas o grupos involucrados como los inversores con beneficios o pérdidas, las compras de aparatos y accesorios deportivos, además de los oferentes que fabrican y venden bienes y servicios correspondientes, sin olvidar las repercusiones externas como son los precios del

suelo de una región, cuando se construye un estadio por ejemplo. Es importante subrayar su carácter polivalente, que lo hace un motor de crecimiento económico y un sector estratégico.

La gran contribución del deporte en la economía se ve reflejada desde distintos ángulos; desde el aporte físico de los equipos profesionales y las empresas, hasta la compra de diversos artículos deportivos por parte de aficionados y población en general. En esta dirección va el capítulo dos, donde se exponen las investigaciones empíricas que han servido como antecedentes y marcan la pauta para realizar la investigación, desde los primeros estudios de economía del deporte con Rottenberg (1956), Neale (1964) y Sloane (1971), seguidos de Heinemann (1998), Otero (2000), Pedrosa y Salvador (2003), entre otros.

El segundo capítulo centra la atención en la industria deportiva en México, donde se presentaran las principales investigaciones que se han realizado para este sector, empezando por la investigación que realizó el Grupo de Economistas y Asociados (GEA) a petición de la LIGA BBVA MX que entre otros hallazgos revela que la actividad económica relacionada con la Industria Mexicana del Fútbol (IMXF) representa el 54 por ciento del PIB que genera toda la actividad deportiva en el país, seguido del realizado por la consultora independiente *SMG Insight TouGov*, especializada en el negocio deportivo, el patrocinio y el entretenimiento, analizando el impacto económico de los 32 principales eventos deportivos de la Ciudad de México en el periodo 2015-2018, en los cuales se estimó un impacto económico total de 5,370 millones de dólares.

Además de que se analizaron los resultados mostrados por la encuesta que realiza el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), desde el 2013, llamado Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF), el cual capta información de la población de 18 y más años y su participación en la práctica de algún deporte o ejercicio físico durante su tiempo libre.

Como se observa en el primer capítulo, las transformaciones dentro de una economía y sus repercusiones sobre: la productividad, el empleo, inversión privada, inversión pública y el crecimiento económico, los flujos de entrada y salida de capital y la estructura del comercio exterior. Son aspectos del crecimiento económico que pueden ser mejor comprendidos si se presentan dentro de un marco unificado que permita realizar proyecciones económicas, además de comparaciones con otros países.

Por ello en el tercer capítulo se discute el impacto de la industria deportiva desde indicadores de estructura, dinamismo y organización industrial, además de destacar las principales problemáticas a las que se enfrentan las empresas pertenecientes a esta industria, a través de los censos económicos elaborados por INEGI 2008-2018. Aunado al análisis de los encadenamientos productivos, determinados mediante los multiplicadores de Leontief, basados en la Matriz simétrica doméstica de insumo producto 2013.

A lo largo del trabajo, se puede constatar que el deporte es un elemento imprescindible de la sociedad, está sujeto a procesos dinámicos e innovadores asociados a la propia evolución de esta, tecnología o modas, aparición de nuevas modalidades de práctica, *etc.*, pero al igual que en la sociedad en el deporte mexicano existe un rezago.

El deporte va más allá de las consideraciones de competencia y posicionamiento, a través de este rubro se puede ejemplificar y aumentar la calidad de vida de la población, teniendo un impacto directo en la reducción del gasto en salud, siendo un dinamizador del empleo y un elemento clave en el ámbito juvenil y la integración social.

La construcción y consolidación de un exitoso sistema deportivo no es un tema solo de riqueza, si no, de calidad de vida de un país. El deporte sirve como prevención y como motor de cambio, no solo por los flujos monetarios, sino porque a través de él, se pueden transformar vidas.

Capítulo 1. El deporte como manifestación cultural y económica

“La economía del deporte constituye un área relativamente nueva de investigación, con el transcurso del tiempo, el deporte ha pasado de ser una simple manifestación social, destinada a la contemplación y practica de actividades recreativas en busca de un cierto entretenimiento o satisfacción personal, a ser considerado como un bien, cuya producción, consumo, financiación y gestión responde a criterios de racionalidad económica ¹ y como instrumento de empleo de recursos humanos” (Castellanos García, 2001:181).

1.1 Antecedentes históricos

El deporte y los juegos son una de las manifestaciones más antiguas de la humanidad, debido a un proceso de constante infiltración en los diferentes ámbitos y sistemas sociales que ha derivado en un incremento de la diversificación del fenómeno deportivo.

El deporte ha evolucionado, atendiendo las motivaciones y necesidades de las distintas culturas a lo largo de la historia, creando y desarrollando distintas formas de actividad física transformándose en lo que actualmente se conoce como deporte. Lo que empezó siendo una necesidad, un acto obligado para lograr la supervivencia (búsqueda de alimento, defensa ante ataques), ha pasado a ser un modelo donde conviven y se mezclan la salud, la educación e incluso el alto rendimiento.

a) Surgimiento (3000 a.C.- 1800)

El deporte nació/surgió como propósito de preparación para la guerra o el entrenamiento para la caza, lo que explica, porque tantas disciplinas involucran el lanzamiento de lanzas, estacas y rocas, además del combate individual entre oponentes. La evidencia arqueológica, indica que los juegos de pelota eran comunes entre los pueblos antiguos como los Olmecas o chinos².

¹ Castellanos, García, 2001, p.181

²El *Cuju*, un deporte con más de 2.000 años de antigüedad que se practicaba para entrenar a los soldados, fue reconocido por la FIFA en 2004 como el precursor del fútbol moderno según los registros históricos.

La cultura Olmeca (3000 a.C. – 400 d.C.), sociedad cuya relación entre política y religión era muy estrecha, usaban el juego de pelota como parte del ritual de culto a la tierra. El culto a la cabeza era muy importante, por ello, en el juego de pelota había un ritual de decapitar a los jugadores, para rendir culto a la tierra con la cabeza y sangre de los perdedores, y así fomentar su fertilidad. Para estos hombres, las fuerzas de la naturaleza estaban provocadas por seres sobrenaturales (dioses), y el nacimiento, la muerte, las cosechas, los juegos, todo ello estaba regido por el azar.

En las culturas prehelénicas de Mesopotamia, Egipto y Creta, se desarrollaron formas primitivas de deporte, por ejemplo: carrera, lucha, natación, equitación, boxeo, esgrima, tiro con arco, e incluso hay quien hace referencia al entrenamiento vinculado con los toros, además que las prácticas deportivas también se realizaban con fines de salud.

En la Grecia Antigua, la actividad física tuvo especial importancia con sentido educativo, religioso y gran impacto socio-cultural, ahí surgen los Juegos Panhelénicos basados en aspectos religiosos, ya que, rendían tributo a diferentes dioses. Los Juegos Olímpicos de la antigüedad, precursores de la olimpiada moderna, rendían culto a Zeus, los Píticos a Apolo, los Ístmicos a Poseidón y los Nemeos a Heracles.

Los primeros Juegos Olímpicos se celebraron en 776 a.C., incluyeron eventos como: carreras de carros y a pie, lucha libre, saltos y lanzamiento de disco y jabalina; los antiguos griegos introdujeron los deportes formales en el mundo consolidando una cultura que permitiera el conocimiento de los valores en torno al bienestar, salud física y mental.

Debe resaltarse que el deporte ha estado presente como cuestión de Estado³, no solo como promotor y organizador; en Roma se convierte en un instrumento utilizado hábilmente por los emperadores para causas políticas vinculadas a “mantener al pueblo entretenido”, ya que se consideraba un espectáculo, iniciando con ello, una relación entre política y deporte que perdura hasta nuestros días.

³ Comunidad social con una organización política común, un territorio, órganos de gobierno propios que es soberana e independiente de otras comunidades.

El potencial de la industria del deporte ya se vislumbraba desde aquella época, ejemplo de ello es, como los romanos promovieron las competencias deportivas como espectáculo masivo. Durante este periodo se construyeron grandes anfiteatros y circos como el *Circus Maximus*⁴ romano, donde se reunían 250 mil espectadores para presenciar las carreras de caballos de la época romana.

Las apuestas deportivas son otro indicio, se considera el juego de azar más antiguo del que se tiene constancia, prevalece desde la antigua Grecia. Los romanos, se aficionaron a ellas y las convirtieron en un negocio, las apuestas en los circos romanos eran muy habituales, con los gladiadores como principales protagonistas.

Posteriormente en la Edad Media, las actividades físicas decayeron notablemente, solo eran desarrollados por la nobleza y aquellos que no fueran de índole militar no tenían cabida, solo se permitía la formación del cuerpo para ponerlo a disposición de ideales caballerescos y religiosos; la concepción era ganar fama y prestigio, así como riquezas y honores en los famosos combates entre caballeros y las justas. En esta época del feudalismo, el clero veía mal el deporte porque se le consideraba como un culto excesivo al cuerpo y fomento al desorden público, pero al darse cuenta de que era una necesidad para las personas realizar ejercicio, la Iglesia reorientó los torneos caballerescos y el deporte hacia las cruzadas, aunque no tuvo un éxito total.

Entre los siglos XIV y XV, el paso de la alta Edad Media a la Baja Media provoca que el ideal caballeresco decaiga. La vida de las ciudades medievales se hace cada vez más fuerte y con ella las costumbres, juegos y deportes, emerge una nueva clase social (la burguesía) (Blanco, 2016). El deporte ya no es exclusivo de las clases altas, se desarrollan juegos con regulaciones donde todos pueden participar. Se prohíben los juegos de azar donde se puede apostar dinero, para primar a los deportes físicos y de destreza.

Durante el Renacimiento, tiene importancia el resurgimiento del deporte como actividad de conexión entre alma y cuerpo, enmarcando el culto a la salud y educación física. En este período, se buscaba la perfección en todos los aspectos de la vida, sobre todo en los nobles e

⁴ Creado bajo el poder del quinto Rey de Roma, Lucio Tarquinio Prisco, fue un edificio deportivo construido para carreras de carros de la Antigua Roma, fue el mayor circo de la civilización romana con sus 621 metros de longitud y 118 metros de anchura, sus gradas podían acomodar a unos 300,000 espectadores, según cálculos modernos.

integrantes de la corte. En cuanto al deporte, debían hacer un perfecto equilibrio entre acción y pensamiento, es decir, entre la dedicación a las armas y la disciplina intelectual. El deporte paso de tener una aplicación bélica, como en la Edad Media, a ser un elemento que contribuyese al desarrollo del individuo, la expresión de su personalidad y a la relajación (Monroy, 2007).

La transformación del deporte como bien de mercado surge y se instaura como práctica común con el capitalismo en el siglo XVIII, el deporte moderno difiere de los juegos, entrenamientos y ejercicios prácticos del pasado. De la misma manera que el trabajo asalariado está vinculado a la producción en la sociedad capitalista, el deporte va a encarnar la “*materialización abstracta del rendimiento corporal*”⁵.

b) Europa y Estados Unidos

Los deportes contemporáneos son una forma de pasatiempos inventada por los ingleses, y que se extendió por todo el mundo. Esta expansión se realiza a través de los Estados Unidos, y gracias al prestigio del país se expandió por todo el mundo. El deporte será identificado con el mundo anglosajón exclusivamente hasta la primera mitad del siglo XX. La mayoría de los deportes son eventos ingleses (fútbol, hockey, rugby, etc.), así como el tenis y el atletismo. El concepto de amateurismo, que tanta importancia ha tenido en el deporte mundial del siglo XX, también es propio de la sociedad inglesa (Rodríguez, 2010).

Una de las características principales del paso del deporte medieval al de los tiempos modernos, sería el control de la violencia en la práctica deportiva, habiendo un paralelismo con la política, la cual se hará de una manera más pacífica y encauzada. Así los juegos tradicionales ingleses serán reglamentados, controlando o aboliendo las conductas violentas y crueles, creando estándares de competencia y nuevas disciplinas como ciclismo, esgrima, tiro, halterofilia, entre otros.

Inglaterra encarnó el proceso de la revolución liberal burguesa, con todos los cambios político-económicos que conllevó. El pueblo británico convierte al deporte en una industria más, que busca ser eficaz a través de los éxitos que se van consiguiendo, con el surgimiento

⁵ J.-M. Brohm, *Sociología política del deporte*, 1976.

del récord deportivo como nuevo concepto de medición para clasificar a los atletas de acuerdo con su rendimiento y establecer marcas en los niveles competitivos.

Con esta nueva visión del deporte, se comienza a incluir en los sistemas educativos, al tener un formato presentable y que progresivamente empezara a formar parte del currículo educativo. Aparecen los primeros clubs y federaciones de distintos deportes, lo cual ayudaría a que los deportes comiencen a extenderse por la sociedad. El estado alentaría y promovería el deporte obrero, con la idea de que los ánimos se calmasen, alentados por las ideas revolucionarias. El deporte en esta época es un recurso para los soldados y para la condición física de los trabajadores.

La evolución de las relaciones sociales, el comercio y la tecnología produjeron un incremento en el interés por el deporte, creándose una cultura del ocio, se iniciaron nuevas prácticas deportivas en todas las clases sociales, además de encontrar una alternativa como espectadores y con los juegos populares aparecen también las regulaciones reales y municipales de las ciudades. Tomó relevancia la estética por encima de la rudeza, la equitación, natación, el atletismo y la danza fueron los más comunes.

En Alemania, se inclinó hacia una práctica deportiva centrada en la gimnasia racionalizada que estuvo organizada desde los poderes políticos con una fuerte presencia estatal y concepción nacionalista. En Francia, se materializó la influencia inglesa en materia deportiva, fue notable y se aplicó principalmente en los centros de enseñanza, el rugby y el fútbol se extendieron por todo Francia. Cabe destacar el importante papel del Barón Pierre de Coubertin y la organización de los primeros Juegos Olímpicos Modernos celebrados en Atenas en 1896 tras la formación del Comité Olímpico Internacional (COI) en 1894, en el cual participaron 241 atletas de 14 países que compitieron en 43 eventos de 9 deportes. Pero a diferencia de Alemania, Francia destacó por las pocas ayudas estatales que recibió, pese a ello el deporte se posicionó en la juventud francesa y se fue extendiendo hasta la Primera Guerra Mundial. Las federaciones francesas se profesionalizaron y fomentaron la especialización deportiva en los jóvenes impulsando de esta forma el deporte de alto nivel en Francia.

Por otro lado, los orígenes del deporte norteamericano se deben a dos cuestiones, en primer lugar, que Estados Unidos heredó un inmenso legado colonial lo cual influyó enormemente

en la evolución del deporte norteamericano, y por otra parte el carácter de la sociedad estadounidense generó deportes propios diferenciándose de los del viejo continente (Domínguez, 1996). Si se analizan los elementos que han participado en la formación del deporte en Estados Unidos sobresale el gran crecimiento demográfico y económico que llevo a una sociedad de masas, además de la existencia de empresarios que invertían importantes cantidades de dinero en el deporte, financiando grandes proyectos deportivos, aunado a sus rápidos y tempranos avances tecnológicos de medios de comunicación y de instrumentos deportivos, jugando un papel clave en la expansión de la actividad física por el país norteamericano. También es de mención, la gran influencia que ejercieron las universidades, haciendo hincapié en el estudio y la promoción de la educación física.

Rodríguez (2010), asegura que el sistema educativo estadounidense impulsó el desarrollo del deporte al igual que Inglaterra, pero, con algunas diferencias. La juventud de las clases medias y altas practicaban deporte en la universidad y paulatinamente entre las universidades de Estados Unidos el deporte iba ganando importancia, puesto que, las victorias daban prestigio a las mismas. Esto dio paso a las becas de los deportistas, animadoras, buenas instalaciones, señales de identidad con insignias, himnos, colores, mascotas, etc. Los alumnos participan en las actividades mientras estudian, cuando terminan la carrera, los más dotados ejercen el deporte como profesión. Los demás siguen vinculados como aficionados y como benefactores.

El deporte en Estados Unidos terminó siendo un elemento de identificación nacional, además que contribuyo a la apertura de la etapa del Deporte Profesional con la incorporación de la selección norteamericana de baloncesto conocida como “*Dream Team*”⁶, durante los juegos Olímpicos de Barcelona 1992.

c) México

El deporte en México sufre una evolución importante a través de su historia desde la llegada de la pacificación y su salida de aislamiento internacional hacen de este país, el lugar perfecto

⁶ El *Dream Team*, fue el sobrenombre de la selección de baloncesto de Estados Unidos que ganó la medalla de oro en los Juegos Olímpicos de Barcelona 1992 y que reunía por primera vez a las estrellas de la *National Basketball Association* (NBA), por sus siglas en inglés), ya que las nuevas reglas permitieron a atletas profesionales estadounidenses competir en los Juegos Olímpicos por primera vez.

para que los inmigrantes y americanos trajeran consigo la afición por el fútbol, remo, tenis y ciclismo. Además, de los barcos de inmigrantes también bajaron boxeadores, que se establecieron en la ciudad de Tampico y Veracruz logrando influenciar a la alta sociedad para que utilizarán su deporte como acondicionamiento físico (Hernández, 2015).

En esta nueva influencia, se apoya la historia del deporte en México para hacer de los juegos, un culto al desarrollo físico y espiritual, que mueve masas, entretiene multitudes y una distintas generaciones.

Durante el Porfiriato (1877 a 1880 y 1884 a 1911) la intensidad con la que Porfirio Díaz (gobernante en este período) buscaba que el país adquiriera rasgos europeos a través de políticas migratorias, trajo consigo una amplia gama de actividades deportivas, entre las que se incluían aquellas para personas con discapacidad (Hernández y Recoder, 2015).

Pero las diferencias sociales, políticas y económicas entre sectores eran muy marcadas en esta época, aspecto que no fue diferente en la práctica y desarrollo deportivo.

En 1890, grupos privilegiados y extranjeros habían establecido sus propios clubes, casinos, centros de actividad social, deportiva y cultural. Los estadounidenses radicando en la Ciudad de México fundaron el *Country Club*, con canchas de tenis, campo de golf, sala para teatro, bailes y conciertos. También se creó el *Reforma Country Club* que tenía canchas de tenis, béisbol, cricket y espacio para deportes de pista. En Monterrey, sobresalió el *Monterrey Gymnastic Club*, el cual estaba dirigido a aficionados de la cultura física, boxeo, lucha, deporte de pista o béisbol (Bezzley, 1983).

Las actividades acuáticas también obtuvieron atención el *Lakeside Sailing Club*, fue una institución muy exclusiva que incluía socios nacidos en México. Este club organizaba regatas en el lago de Chalco y Xochimilco. Algo parecido ocurría en la ciudad portuaria de Veracruz, donde crearon un club de yates adecuado al desarrollo de este tipo de deportes.

La población que no tenía acceso a estos Clubes, se entretenía del modo tradicional en espacios públicos, además de presenciar carreras de bicicleta realizadas por las principales calles del país, exhibiciones de globos aerostáticos y carreras de automóviles realizadas en caminos de tierra en las provincias.

A pesar de las diferencias sociales el deporte encontraba cabida, además de dinamizar la economía con la construcción de Clubs, casinos, organización de eventos, etc. Favoreciendo a la población con trabajo en diferentes sectores, como: construcción, manufactura, servicios, etc., además de inversión extranjera directa y la atracción del turismo a nuestro país. Es importante notar como se iba tejiendo toda la red que implica la industria deportiva.

Los gobiernos post revolucionarios realizaron dos tareas significativas para la popularización, desarrollo y práctica de las actividades físicas como un bien común de todos los habitantes, primero con la construcción de andamiaje burocrático y jerárquico tanto en el ámbito público privado, como en el amateur y profesional donde se abarcaron las tres esferas del gobierno, la federal, la estatal y la municipal. Para expandir la práctica deportiva y gimnástica se incluyó en los programas de estudio de las escuelas en el año de 1889 (Angelotti, 2011).

Para Vasconcelos los espectáculos deportivos, pese a ser actividades extranjeras, y aun reconociendo las intensas ventajas éticas y políticas del atletismo norteamericano, no constituían un problema, sino una oportunidad para el desarrollo de los ciudadanos (Rodríguez, 2007).

En la etapa de desarrollo estabilizador, México es sede de 3 eventos importantes por su magnitud y relevancia a nivel internacional: Los Juegos Olímpicos del 68, el Mundial de Futbol México 70 y el Mundial de Futbol México 86. En el ámbito académico nace la Escuela Superior de Educación Física en 1976. Para los Juegos Olímpicos de 1968, México llegaba con una tasa de crecimiento de 6.4% en el PIB y del 2.7% en el PIB per cápita. El año Olímpico produjo un aumento del 7.1% en el PIB y del 3.4% en el producto per cápita. Existió una importante derrama económica reflejada principalmente en infraestructura, los gastos de los Juegos Olímpicos ascendieron a un total de 175.84 millones de dólares distribuidos en Infraestructura deportiva 53.6 mdd, Obras en la Ciudad 15.56 mdd, Villa Olímpica Miguel Hidalgo 16.08mdd, Villa Narciso Mendoza 12.72 mdd y los gastos del comité organizador 76.88 mdd (González, 2018). Es importante subrayar que significó una fuente de empleo, pues estuvieron involucradas más de 67,712 personas en la organización de los juegos que iban desde staff del comité hasta militares y servicio médico.

Las instalaciones deportivas comprendieron 22 escenarios. Se construyeron ocho estadios con motivo de los juegos: La Alberca Olímpica Francisco Márquez, la Pista Olímpica de Remo y Canotaje Virgilio Uribe, la Sala de Armas Fernando Montes de Oca, el Gimnasio Olímpico Juan de la Barrera, el Polígono de Tiro Vicente Suárez, el Palacio de los Deportes Juan Escutia, el Velódromo Agustín Melgar y el Estadio Cuauhtémoc. Adicionalmente, se crearon el Centro Deportivo Olímpico Mexicano y el campo para el atletismo en el estadio de Ciudad Universitaria y en la villa olímpica Miguel Hidalgo. La villa olímpica también se acondicionó con gimnasios para boxeo y lucha.

En referencia a todo lo anterior, se ha podido constatar que el deporte nace dentro del seno de la burguesía de la Ciudad de México, ya que esta disponía del ocio y el dinero suficiente para mantener caballos de raza, un club deportivo y comprar uniformes y aparatos deportivos, amén de tener la preocupación por su salud y apariencia física. Los diversos usos de los bienes culturales entre ellos el deporte no solo se explican por la manera como se distribuye la oferta y las alternativas culturales, o por la posibilidad económica para adquirirlos, sino también y principalmente, por la posesión de un capital cultural y educativo que permite a los sujetos consumir, asistir y disfrutar las alternativas factibles. Las condiciones de vida diferentes producen hábitos distintos, ya que las condiciones de existencia de cada clase imponen maneras de clasificar, apreciar, desear y sentir lo necesario (Bourdieu, 1988 y Angelotti, 2004).

El deporte en México ha obedecido pautas internacionales de comercialización deportiva, es decir, existió desde la edad antigua, época prehispánica como forma de socialización comunal; se expandió en la revolución industrial sobre todo en las clases acomodadas, se popularizó a partir del siglo XX gracias a apoyos estatales y empezó a operar bajo una lógica comercial hasta después de la segunda guerra mundial con el periodo de prosperidad económica.

La influencia social y la jerarquización se produjeron en todo el mundo, expandiendo el deporte como una actividad que creó una nueva industria comercial. Las clases sociales altas siguieron practicando sus deportes sofisticados como el cricket, el golf y el hipismo en sus diferentes estilos, mientras que la atracción de las clases trabajadoras se enfocó hacia el

deporte espectáculo creciendo exponencialmente, sobre todo en relación al béisbol, box y fútbol.

El momento en el que el deporte se internacionaliza realmente es en 1936, porque se transmitieron las primeras Olimpiadas llevadas a cabo en Berlín, Alemania. Los eventos fueron televisados por medio de televisores de circuito cerrado y transmitidos en pantallas en blanco y negro a los atletas de la Villa Olímpica, además en docenas de salas de observación especiales alrededor de Berlín y Potsdam, esta transmisión abrió paso para la transmisión de eventos deportivos importantes como la Copa Mundial de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA, por sus siglas en francés) Brasil 1950, Juegos Olímpicos de Verano, Londres 1948.

Los primeros derechos de transmisión se vendieron en los Juegos de Verano Melbourne 1956 con varias casas de transmisión internacionales, entre ellas, British Broadcasting Company (BBC), Columbia Broadcasting System (CBS) y National Broadcasting Company (NBC) (Barton, 2020).

Es importante mencionar que los Juegos Olímpicos de 1968 de México fueron los primeros transmitidos a color, así como la Copa Mundial Jules Rimet de 1970 lo fue para el fútbol.

Después de la Segunda Guerra Mundial, se inicia un desarrollo condicionado por la sociedad de consumo con sus implicaciones sociales, políticas y económicas. En esta última evolución del deporte, aparecen claramente diferenciadas dos tendencias que se concretan en los llamados Deporte para Todos y Deporte de Rendimiento, que dan lugar a diferentes manifestaciones, algunas tan antagónicas como puede ser el “deporte espectáculo”, cada vez más profesionalizado, o el deporte social” (Blanco, 2006).

Gratton (2000), elabora brevemente una descripción de la historia del deporte a partir de este punto, al principio el deporte estaba dirigido por el sector voluntario, luego, a partir de 1960 y hasta finales de la década de los setenta el gobierno comenzó a tener mayor injerencia sobre todo en el occidente de Europa al incrementarse el subsidio público y al desarrollar políticas públicas para incrementar la participación deportiva y mejorar la calidad deportiva a nivel elite.

El deporte durante un largo tiempo se consideró fuera del mundo del mercado y la obtención de dinero, lejos de la comercialización del deporte como bien de consumo, intereses individuales, etc. Los aspectos honoríficos, el idealismo, la financiación con las cuotas de los socios y un importante apoyo público era lo que se valoraba.

Los principios del amateurismo prohibían ganar dinero con el deporte hasta mediados de los años ochenta, esto se demuestra cuando Jim Thorpe perdió la medalla de oro en decatón que había ganado en los Juegos Olímpicos de 1912 en Estocolmo después de recibir dinero por jugar béisbol o cuando en los Juegos Olímpicos de Invierno Sapporo 1972 al esquiador austriaco Karl Schranz, no se le permitió la participación por haber hecho publicidad a una marca de café. Otro aspecto, es que antes la publicidad no se podía distinguir en la ropa de un jugador de soccer, por ejemplo, incluso la televisión solamente enfocaba a las piernas de los jugadores para no transmitir publicidad, ya que esta estaba totalmente desacreditada.

Otra razón de esta regla, es que se pretendía impedir el acceso al deporte a personas que no gozaban de una determinada posición social, es decir, eran reglas para excluir a determinados grupos sociales, principalmente a aquellos que quisieran ocupar el deporte para ganarse el sustento o dependían de las ayudas financieras para poder participar en las competiciones deportivas.

A finales de la década de los ochenta, el sector comercial del deporte mostró una alta tasa de crecimiento, de tal manera que, desde entonces se ha convertido en el sector económico dominante en el deporte. Desde la perspectiva de Gratton en la década de los noventa los sub-sectores más dinámicos del sector comercial estuvieron protagonizados por: patrocinio deportivo, deportes profesionales y televisión deportiva.

Debido a un proceso de constante infiltración en los diferentes ámbitos y sistemas sociales se incrementó la diversificación del fenómeno deportivo. La transformación de los hábitos deportivos y el incremento y variedad de la oferta de servicios y productos, han permitido al mercado del deporte satisfacer los gustos y necesidades de una población altamente heterogénea.

Ejemplo de ello es que en el 2013 se publica en el Diario Oficial de la Federación la nueva Ley General de Cultura Física y Deporte, ordenamiento jurídico que permite ingresar a

México en una modernidad en el deporte, estando actualizada con normatividad internacional y ordenamientos jurídicos de otros países de alta competencia y altos estándares en cultura física, fruto de la reforma constitucional llevada a cabo durante el año 2011 que incorporó en la Constitución el Derecho a la Cultura Física y al Deporte reconociéndolo como un Derecho Humano Fundamental.

El desarrollo de las sociedades contemporáneas, que son mayormente urbanizadas e industrializadas, han creado las condiciones estructurales, que han derivado en una explosión del deporte. El deporte se ha convertido en un modelo competitivo, expresivo, instrumental y espectacular⁷ (Heinemann y Puig, 1991), es un conglomerado en donde practicantes, espectadores, consumidores, medios de comunicación, empresas y gobiernos están relacionados y dan forma a un tejido de impacto transversal entre sectores.

1.2 Dimensión cultural y económica del deporte

Se ha tratado de definir y categorizar al deporte, sin embargo, no hay un solo criterio estandarizado que tenga una aceptación general, esto debido a que el deporte se ha transformado continuamente por lo que sus significados se han ampliado. A pesar de ello se han hecho esfuerzos por delimitar la función y el concepto del deporte.

Por un lado, la sociedad americana lo considera como aquella actividad vigorosa que es emprendida en una búsqueda de placeres (interacción social, animación, competición, etc.). La concepción europea, según la Carta Europea del Deporte adaptada en 1992⁸, lo identifica con todo tipo de actividades físicas, que mediante una participación organizada o de otro tipo, tenga por finalidad la expresión o la mejora de condición física o psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones deportivas. La Agencia Nacional para el Desarrollo del Deporte en Inglaterra (Sport England, 1999), le asigna cinco

⁷ Competitivo por la naturaleza humana; expresivo porque las nuevas tendencias culturales se plasman en deportes alternativos; instrumental por convertirse en una herramienta comercial de incalculable valor; espectacular porque el deporte puede ser un espectáculo contemplado por espectadores como el cine o el teatro.

⁸ Se han hecho esfuerzos, sobre todo por la Unión Europea, para delimitar la función y concepto del deporte, las actividades deportivas y el valor de estas en términos sociales, económicos y de salud, inicio en la Carta Europea del Deporte aprobada en 1992 y ratificada en 1993 y 1994; posteriormente se establecieron declaraciones formales con respecto al deporte en el Tratado de Ámsterdam, (Comunidades Europeas, 1997) y en el Consejo Europeo de Niza (2000).

funciones específicas⁹: educativa, sanitaria, social, cultural y lúdica. En este mismo sentido, en el Foro Europeo del Deporte se estableció que, la importancia del deporte radica en los múltiples valores que le confieren dichas funciones. Además, se agregó una sexta función del deporte: económica y redistributiva. En esta última se supone al deporte como un motor de crecimiento económico (Espejo- Saavedra y Algarra, 2005). Cabe diferenciar, dos enfoques: liberal y privado, por un lado, y estatal por otro, dejando espacio para la gestión y la financiación pública del mismo, ya sea de forma centralizada o descentralizada (Primault, 2001).

Ezquivel (2016), considera que el deporte no es solamente un ámbito que vehiculiza o expresa una cultura específica y predefinida, sino que los agentes tanto sociales como industriales vinculados al deporte generan múltiples objetos, signos y significados culturales que se traduce en una sociedad y una economía del deporte, en la que las prácticas industriales generan valor cultural y deportivo, además del económico, y las prácticas e insumos deportivos sostienen y estimulan múltiples dinámicas innovadoras.

El espacio social y cultural del deporte se ha mantenido principalmente en la esfera del ocio, el entretenimiento y el tiempo libre, muy alejado de las actividades de la “alta cultura” y con una función auxiliar ligada a la distracción (Olivera & Olivera, 1995).

El Marco de Estadísticas Culturales (MEC) que proporciona la UNESCO (2009) y que establece el canon internacional para la recogida de los datos estadísticos sobre las actividades culturales sitúa el deporte en la categoría de los dominios relacionados con la cultura, junto a otros ámbitos como la recreación y el turismo.

Como se puede observar en la figura, los dominios relacionados se sitúan en la periferia con respecto al núcleo de la cultura. Tal consideración se debe a que, si bien “no siempre se consideran actividades culturales, éstos poseen elementos culturales. En otras palabras, representan actividades que pueden tener un carácter cultural, aunque su principal componente no sea cultural” (UNESCO, 2009, p.31).

El deporte, al estar situado en la intersección entre la cultura, el ocio y entretenimiento no acaba de encontrar acomodo en las clasificaciones habituales de las industrias culturales y creativas y su presencia resulta todavía muy escasa en los análisis sobre la evolución y la deriva de la economía cultural o creativa. Este hecho tiene además importantes implicaciones y consecuencias, porque el deporte se está manteniendo al margen de las políticas y estrategias de impulso de la economía creativa, aunque paradójicamente en la práctica sea un ámbito constitutivo de la misma.

Figura 1: Marco para los dominios de estadísticas culturales



Fuente: elaboración propia con datos de UNESCO, (2009), pág.24.

Un creciente número de productos, servicios, mensajes y signos generados desde los márgenes (o desde exterior) de los ámbitos tradicionales del arte y de las industrias culturales ofrecen hoy múltiples satisfacciones estéticas y emocionales, accesibles sin esfuerzo o sin conocimientos artísticos formales, alcanzando así un público extenso (Lipovetsky & Serroy, 2015, p.57). Este es, el caso del sector del deporte, que desde la periferia de la cultura y desde los márgenes de las industrias culturales y creativas muestra una creciente capacidad para rediseñar los repertorios emocionales más relevantes a través de los cuales las personas construyen sus trayectorias de vida. Ejemplo de esto, es el aumento del volumen de productos, servicios, tecnologías, infraestructuras, espacios y medios para la práctica o visualización del deporte convirtiéndose en un importante ámbito de profesionalización y experimentación creativa e industrial.

La modernidad del cambio de siglo y de milenio ha modificado sustancialmente la concepción del deporte y el ocio (o tiempo libre), pasando de ser el espacio de recuperación después de la jornada laboral a convertirse en un placer que aspira a tener un significado propio.

Se ha producido una considerable diversificación de las actividades de “ocio”, de tal manera que pueden diferenciarse hasta cinco dimensiones constitutivas del ocio contemporáneo (Cuenca, 2000):

- I. Lúdica: Corresponde al mundo de las aficiones, hobbies, los deportes y el juego, la recreación del hogar y otros espacios de entretenimiento.
- II. Creativa: Entra en la esfera de la vivencia formativa expresiva y cultural como la música, literatura y teatro, entre otras.
- III. Festiva: Entendida como manifestación extraordinaria del ocio, permite vivir experiencias grupales y colectivas, lo que favorece el compartir socialmente el ocio frente a las vivencias individualizantes que provocan la evolución urbana y suburbana de las sociedades.
- IV. Ambiental-ecológica. Esta dimensión se encuentra vinculada al desarrollo de la recreación al aire libre y al turismo, a las vivencias en espacios naturales y a la práctica de deportes al aire libre.

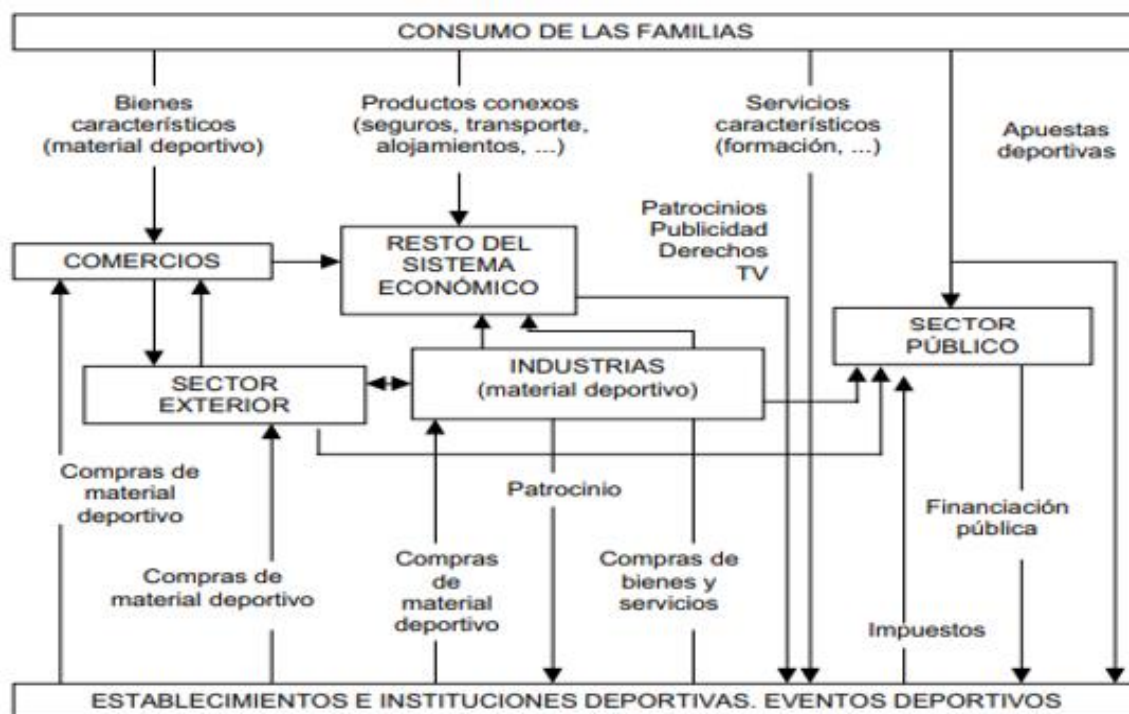
- V. Solidaria: permite la vivencia social, comprometida y dedicada de la ayuda altruista. Estas actividades de ocio ayudan a madurar la responsabilidad y el compromiso.

Referente a las características anteriores podemos resaltar, que en los 5 puntos el deporte tiene presencia, por un lado, el deporte siempre va acompañado de la búsqueda de excelencia, ofreciendo la oportunidad a la creatividad mediante la estética del ejercicio corporal y la belleza de la ejecución, en cuanto a la dimensión festiva del deporte, como los encuentros deportivos de las ligas profesionales de fútbol se conjuntan con un fuerte elemento festivo que altera la cotidianeidad e introducen a una manifestación extraordinaria del deporte en masa, por otra parte, el deporte de aventura en la naturaleza favorecen al turismo, que cada vez toma mayor relevancia, las actividades altruista se pueden identificar cuando se es voluntario en un deportivo por ejemplo, en plazas cívicas enseñando una actividad deportiva.

En los últimos años el deporte no solo ha despegado como una actividad humana lúdica y saludable, sino también como deporte de espectáculo, deporte de negocio y como hecho social de gran relevancia. El descubrimiento del potencial del deporte tanto para los medios de comunicación como para las empresas que buscan en el patrocinio su estrategia de marketing, explican el desarrollo de la economía del deporte en los últimos años.

De acuerdo con algunos autores como Heinemann (1998) y Espejo-Saavedra (2002), el deporte engloba una serie de bienes y servicios, y la práctica deportiva involucra oferta y demanda de esta. Los grandes actores en la industria deportiva son las empresas, el gobierno y la sociedad, los cuales se involucran con el deporte por medio de flujos monetarios, ya sea consumiendo o invirtiendo y obteniendo ingresos de él. Todo esto en conjunto hace posible una industria del deporte.

Figura 2: Flujos generados por las actividades deportivas



Fuente: elaboración propia con datos de Otero Moreno et al. (2000), pág. 17.

La figura 2 recoge los principales flujos financieros generados por las múltiples y complejas interacciones entre agentes que intervienen en él y los bienes y servicios característicos y conexos del deporte en la economía. Otero (2000, pp.35-36) define los productos característicos como los bienes (material deportivo) y servicios que satisfacen directamente la demanda de los usuarios activos o pasivos (espectadores) y que se adquieren directamente en las empresas, asociaciones o clubes pertenecientes al sector. Los conexos son bienes y servicios generados por el resto de los sectores económicos cuya demanda está asociada al consumo activo o pasivo del deporte.

Las industrias del deporte son un claro exponente de las nuevas formas de organización productiva visibles en diferentes sectores y ámbitos. Se observa, en este contexto, un proceso constante de revisión en los procesos de fabricación, consumo, filiación, distribución, comercialización de los productos y servicios, en el que el protagonismo de los usuarios y los practicantes resulta, en cualquier caso, creciente.

El deporte puede ser un estímulo efectivo para el desarrollo económico, especialmente a nivel local. Las conexiones entre los diferentes elementos del sector de deporte son altamente efectivos cuando es aprovechado localmente por las economías de escala existentes. Individualmente, cada uno de los sectores de la economía del deporte puede crear actividades, trabajos y salud.¹⁰ Cuando varios son combinados en una sola estrategia, es posible lograr ganancias económicas adicionales por las sinergias de ese resultado.

Los artículos y servicios deportivos no se rigen únicamente por su funcionalidad o utilidad, sino que crecientemente buscan estimular las emociones, impulsar la pasión deportiva, introducir experiencias o imaginarlas, transmitir valores (estéticos, medioambientales, sociales o culturales), representar ideales y hacer soñar, sentir e imaginar.

Ello se hace posible mediante la implementación o incorporación de un polo creativo (en muchas ocasiones altamente abierto a los usuarios) sobre el tradicional polo económico que poseen todas las entidades pertenecientes a la industria del deporte, combinando así las dimensiones pragmático-funcionales con la sensibilidad artístico-cultural y la recreación de experiencias emocionales (Lipovetsky & Serroy, 2015).

El deporte como “bien” tiene rasgos peculiares, se trata de un producto muchas veces efímero, intangible, experimental y subjetivo (su valoración depende de la experiencia vivida), además que el consumo y producción tienen lugar al mismo tiempo y en el mismo lugar, salvo para la televisión y la radio, en las cuales existe un proceso de producción diferido. Se transforma vertiginosamente a través de las necesidades de los demandantes cambiantes e impredecibles. Se considera un producto ambivalente: como bien de consumo¹¹ y bien intermedio¹²; el bien deportivo es altamente perecedero y los asientos sin vender por ejemplo: *National Association for Stock Car Auto Racing* (NASCAR), partido de la *National Football League* (NFL), *National Basketball Association* (NBA), soccer, etc., no pueden acumularse como existencias, otro rasgo del producto es la falta de unidad de medida.

Es importante señalar que al considerar al deporte como bien, este no se puede limitar como un bien totalmente público o privado. Un bien público se caracteriza por que no se puede

¹⁰ Actividades como la medicina deportiva, el desarrollo de servicios deportivos (gimnasios y centros fitness), nuevos espectáculos deportivos, el patrocinio deportivo, las emisiones televisivas y la prensa deportiva, etc.

¹¹ Los participantes y espectadores son sus destinatarios finales.

¹² Los fabricantes lo utilizan para la elaboración de otros productos.

excluir a nadie de su consumo y beneficios, además el bien no se gasta con la utilización, de forma que no se reducen las posibilidades de empleo para nadie y no suscitan rivalidades, además, sus costos marginales de producción tienden a cero al tener la capacidad de incrementar su oferta sin alterar sus costos medios.

Pero, por otro lado, existen otro tipo de bienes públicos, los cuales presentan solo una de las dos características mencionadas y se les ha denominado bienes públicos impuros o mixtos, que son susceptibles al racionamiento y a la exclusión.

Podemos considerar al deporte como un bien mixto, ya que su práctica se encuentra condicionada a si se realiza de forma profesional o amateur, de forma privada o en instalaciones públicas. Este puede implicar un gasto en equipo y ropa deportiva, pago de inscripción, mensualidad, membresías, etc. Incluso en instalaciones públicas se paga un costo mínimo o de recuperación. Por ejemplo, la Alberca Olímpica “Francisco Márquez” es una alberca pública, pero, se tiene que pagar una cuota. Además, por el lado de la infraestructura deportiva existe un límite en las dimensiones físicas y es susceptible al desgaste.

Por su parte Heinemann al tratar el tema, sostiene que el deporte como bien económico “engloba un amplio espectro de bienes y servicios”¹³, por lo que considera conveniente hacer una diferenciación de éstos, clasificándolos de acuerdo a sus fines. El deporte presenta varios enfoques desde el punto de vista económico y debe ser analizando según sus características, tanto por el lado de la oferta como por la demanda de los bienes y servicios que genera el mercado, distribuyéndolos en:

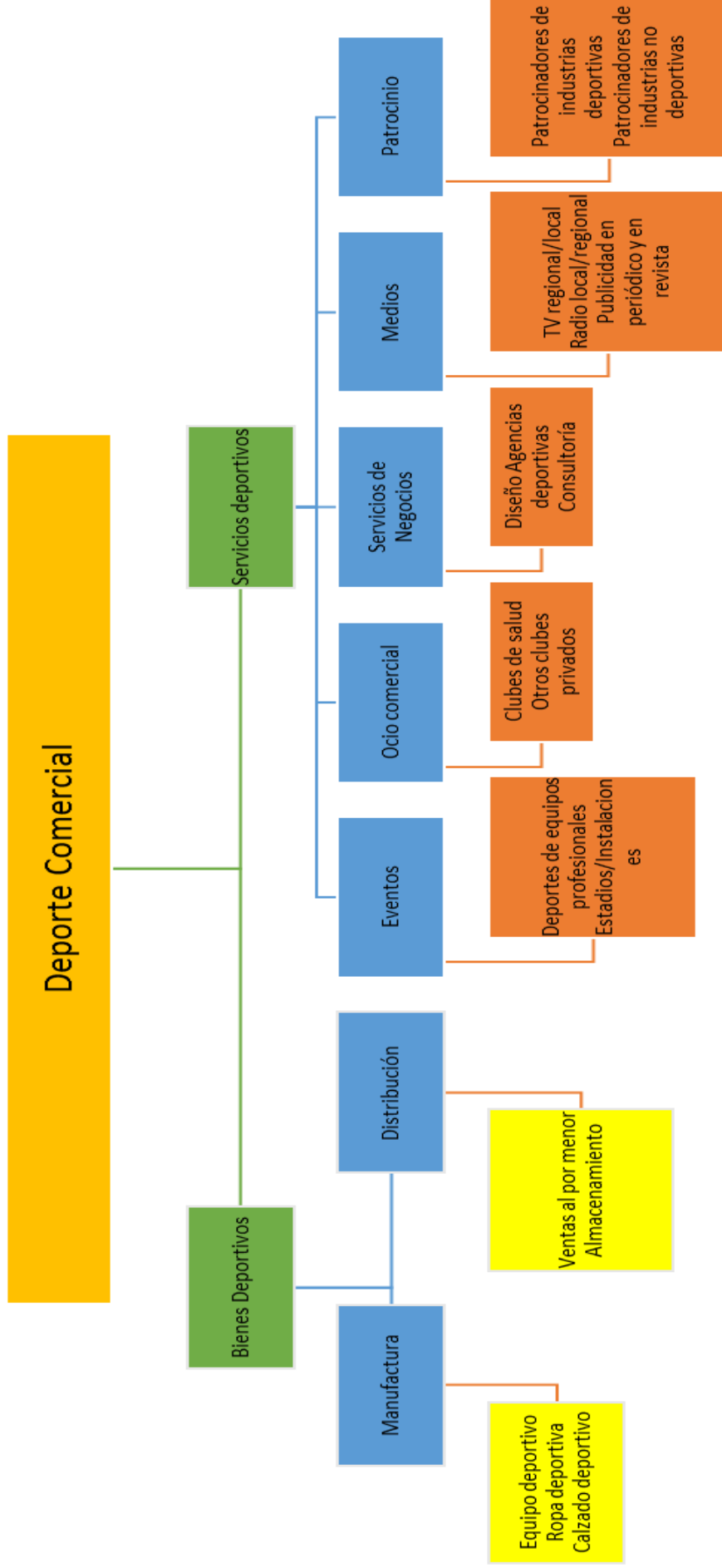
- I. Grupos de productos relacionados con el deporte.
- II. Un conjunto de derechos a disposición.
- III. La productividad de los bienes y servicios relacionados con el deporte
- IV. El deporte como una prestación de servicios

La primera clasificación hace referencia a los distintos mercados que se desarrollan a partir del deporte, la mayoría tienen una relación más cercana con el mercado privado, debido a que atienden a los requerimientos de insumos que en forma directa demandan los deportistas, tales como:

¹³Heinemann, Klaus Introducción a la Economía del deporte, 1998, p.12

- V. Equipamiento deportivo, considera: aparatos deportivos, ropa, accesorios, alimentación, material informático y otros medios auxiliares etc., este es el conjunto con mayor comercialización.
- VI. Prestación de servicios, contempla aspectos como el aprendizaje mediante entrenadores, monitores, para lograr una adecuada destreza deportiva, el entretenimiento/ejercicio, promoción de talentos, asesoramientos, organización de eventos, entre otros, los cuales requieren de servicios docentes, médicos, asistentes, directivos, etc.
- VII. Oportunidades deportivas, se refiere a los requisitos materiales que exige la práctica como: instalaciones deportivas adaptadas a diferentes deportes e infraestructura, las cuales incluyen medios de transporte, carreteras, estacionamientos, además de entornos deportivos; se incluyen puntos de venta de ropa y aparatos, instrumentos para el deporte practicado, hoteles, clubes, gimnasios, estadios, además de la organización, que es el marco para servicios administrativos, movilización de recursos y suministro de productos.
- VIII. Productos complementarios, los cuales no son necesariamente requisitos o parte de la práctica deportiva, pero que se derivan de ella, por ejemplo: seguros, loterías y apuestas, patrocinios, espectadores, información sobre los sucesos deportivos, asistencia médica, publicidad, etc.

Figura 3: Estructura del deporte comercial



Fuente: elaboración propia con datos de Gratton, Chris (2000), "Economics of Sport and Recreation", London, UK.

El inciso II, aborda al deporte como conjunto de derechos, se remite a las diferentes estructuras y estímulos donde se incluye la participación del sector público, ya que la diferenciación que establece el deporte la efectúa a partir de los derechos de disposición del mismo. Para ello menciona los siguientes tipos de derechos: Derechos de acceso y de utilización, derechos sobre los beneficios, derechos de transferencia mediante venta, donación o herencia y derechos de participación que contienen restricciones espaciales, temporales y materiales. Los primeros dos hacen referencia a la forma en que las personas pueden estar excluidas de la utilización de bienes y servicios deportivos.

El punto III, remite a la diferente rentabilidad económica. Esta dependerá del usuario, el costo y el desarrollo de la disciplina, pues se mezclan factores, tales como el grado de dependencia de las instalaciones deportivas y el equipamiento necesario, además de la necesidad de formación e instrucción en la práctica, pues deportes como el jogging, no requieren un riguroso régimen de formación. Otros factores cruciales son el entorno (condiciones meteorológicas, existencia de actividad de tiempo libre complementarias, etc.), es decisivo el marco organizativo en que deba desarrollarse la actividad deportiva (por ejemplo, la necesidad de coordinarse con otros participantes, clubs, organización de competiciones, etc.).

Por último, en el punto IV al hablar de prestación de servicios deportivos, se presentan algunas peculiaridades. El consumidor se constituye en coproductor, dado que la producción y el consumo no pueden ser desligadas ni espacial ni temporalmente. Por otro lado, existe la incertidumbre en cuanto a la demanda de una prestación deportiva, además de existir dificultades en estandarizar la producción, que exige tener en cuenta al demandante individual y sus características.

La prestación de servicios relacionados con personas se enfrenta a constantes interrogantes, ya que no se conoce qué servicio será demandado, cuánto, dónde, en qué medida y qué funciones productivas está dispuesto y es capaz de hacerse cargo el consumidor. Es por ello, que la planificación de necesidades, configuración de precio, entre otros, tienen una validez limitada.

La promoción y el fomento del deporte requieren ser abordados desde el Estado, las organizaciones internacionales, los gobiernos locales, la sociedad civil y empresas privadas.

El deporte ha traspasado fronteras al campo de la economía, la política, la salud, la cohesión social y lo cultural (Cagigal,1996).

Desde todas las vertientes se producen decisiones de índole económica, que influyen directa o indirectamente en la oferta y la demanda, en la producción y en el consumo de bienes y servicios relacionados al deporte, siendo cada vez más pronunciada la tendencia hacia una mayor transversalidad, penetración y relevancia del deporte en nuestras sociedades, ampliando sus horizontes de estudio más allá de sus fronteras tradicionales.

Heinemann (1998, p. 31) detalla que el deporte se desarrolla a partir de la conveniente adquisición, combinación y explotación de grupos de productos diferenciados o de bienes y servicios incluidos en ellos. Cada uno de los componentes de un producto es percibido por el usuario en sus diferentes elementos, pero, en suma, es vivido globalmente como deporte en total. Este bien así configurado casi nunca tiene una caracterización clara con propiedades definidas. Más bien se compone de muchos elementos que pueden variar cada uno por separado.

Esta vinculación existente entre deporte y economía Heinemann (1988), la explica a través de cuatro relaciones:

Figura 4: Relaciones entre deporte y economía



Fuente: elaboración propia con datos de Heinemann, (1998).

- a) Relaciones ideológicas, se producen cuando se introduce la racionalidad económica en la toma de decisiones por una parte y formas de pensamiento deportivo como deportividad y juego limpio por otro.
- b) Relaciones de cooperación, tanto en el deporte como la economía se expresan intereses económicos similares, se manifiestan en el patrocinio y desarrollo de actividades deportivas más orientadas al mercado.
- c) Relaciones de transferencia, derivadas de la concesión de subvenciones de la administración pública al deporte, y la exigencia de un empleo adecuado de dichos fondos por las organizaciones deportivas.
- d) Relaciones de regulación, son aquellas que tratan de establecer el marco institucional para el deporte, compatible con la política general del estado.

Este conjunto de relaciones ha posibilitado una nueva dinámica, a su vez, trae consigo efectos económicos, entendidos como este conjunto ya mencionado de, bienes y servicios que se desarrollan para la satisfacción de necesidades y su distribución; pero, por la peculiaridad del producto deportivo genera limitaciones en el análisis económico del deporte.

Por un lado, el deporte ha abierto a la economía nuevos y rentables mercados, distintas oportunidades de empleo, etc. hasta hace poco tiempo desconocidos. Por otro, la economía ha dotado al deporte de una estructura del pensamiento diferente para adoptar sus decisiones, valorar sus relaciones institucionales y evaluar sus consecuencias materiales. Se ha pasado, así, de una situación caracterizada por una tradicional ausencia de lo económico en el ámbito deportivo, a otra en la que las relaciones ideológicas y de acuerdo con el valor, la cooperación, de transferencia o de regulación entre el deporte y la economía se han ido haciendo cada vez más estrechas.¹⁴

De esta manera, desde el enfoque económico, el deporte puede ser analizado desde varias perspectivas, no solo definiéndolo como bien privado o público, también como productor y demandante de bienes y servicios que atienden ambos mercados, e incluso como agente económico en balanza de pagos, por su efecto en el mercado externo.

¹⁴ Heinemann 1998. pp.272-273

1.3 El deporte desde el análisis económico

Es común encontrar investigaciones encaminadas al análisis de los fenómenos que responden a movimientos de los diferentes sectores que conforman la economía de un país, como el sector agropecuario, el industrial, la construcción, etc., así mismo, surgen investigaciones que extienden el campo de la economía hacia el deporte, aprovechando las herramientas que ofrece el análisis económico, en este contexto, se utilizan las herramientas de la microeconomía y la macroeconomía para explicar las relaciones económicas y sociales que se dan al interior del sector deportivo.

Con tales herramientas es posible analizar el impacto económico que este posee en la economía de un país, tanto desde el punto de vista de la oferta que afecta directamente la producción industrial de bienes y servicios, como desde la demanda que afecta el nivel de consumo de los individuos y teniendo estos panoramas poder tomar decisiones acertadas de política económica frente al deporte.

1.3.1. Toma de decisiones

El deporte, como conducta humana expresada en la actividad física y mental, refleja también un conjunto de decisiones económicas determinadas en parte por las preferencias de los individuos, por los precios y la calidad de los bienes y servicios deportivos que ellos demandan y, además, por la cantidad de ingreso disponible que están dispuestos a dedicar al gasto en deporte, es decir, la parte del consumo privado que corresponde al consumo de bienes y servicios deportivos.

Como ya se ha mencionado, necesariamente se debe remitir al ámbito de las decisiones y consecuentemente a la teoría de la elección racional. Teóricamente la elección surge cuando los individuos valoran racionalmente¹⁵ las ventajas y desventajas de las opciones del mercado

¹⁵ La racionalidad, desde un comportamiento económico, lo consideraremos como una cuestión empírica que determina en qué medida los consumidores o productores toman decisiones “racionales”, es decir, los objetivos están claramente definidos y ordenados, se ha conseguido la información pertinente, se han evaluado las consecuencias y los efectos secundarios de las diferentes alternativas.

y se deciden por aquéllas que les brindan mayor satisfacción y/o les parecen más apropiadas para la consecución de sus objetivos.¹⁶

La elección que hace el demandante, significa una renuncia a las distintas alternativas o, mejor dicho, la pérdida de utilidad por la alternativa no utilizada, en términos económicos, se podría traducir como costo de oportunidad. El comportamiento económico significa tomar decisiones con sus respectivos costos de oportunidad, es decir, tomar decisiones con respecto a lo que se va a renunciar.

Cabe destacar que, las decisiones económicas se producen bajo la circunstancia de que los recursos son limitados, por lo tanto, no todo deseo es realizable, tiempo y dinero son claros ejemplos, que siempre debemos elegir, sacrificar o renunciar.

El ocio¹⁷ es un factor determinante para el deporte, ya que este se encuentra dentro de las opciones con las cuales se puede llenar el tiempo libre. Para su elección se toman a consideración: preferencias personales, restricción de dinero, el precio de los productos o servicios, el tipo y la calidad, la información que posee el consumidor sobre las distintas opciones, disponibilidad de forma de practicarlo, apoyo institucional, modas percederas del momento, estado de salud y condiciones físicas y psíquicas del demandante, etc.

Heinemann (1998), señala que con frecuencia el objetivo del comportamiento económico no es eliminar o reducir la escasez sino asegurarla o aumentarla, de esta forma se incentiva la demanda; la gran escasez es el principal atractivo del deporte.

Ejemplo de ello es, si se concediesen cinco medallas en lugar de tres en los Juegos Olímpicos, éstas no tendrían el mismo valor. Asimismo, los equipos de *soccer* tienen la prohibición de contratar más de un número de extranjeros con el objetivo de mantener la escasez y aumentar el precio de los jugadores nacionales de calidad. En otras disciplinas el tiempo se vuelve el factor de escasez. En el ajedrez, se pueden perder partidas por tiempo, un saltador de altura

¹⁶ Los economistas trabajan bajo el supuesto de que las decisiones económicas se pueden tomar según el principio que el comportamiento económico se equipara con la persecución racional e individual de los intereses, es decir, con los medios disponibles, obtener el mayor efecto posible en la consecución de un fin, con la máxima reducción de medios empleados para alcanzarlos.

¹⁷ Consideraremos al ocio, como un instrumento de recuperación para la presión a que están sometidas las personas en las sociedades modernas, que proporciona al individuo satisfacción y cierto grado de compromiso, además de contribuir al desarrollo tanto personal como social, mediante el cultivo de ciertas actitudes e intereses.

tiene dos minutos para preparar y realizar el salto, el tiempo de descanso durante el cual los jugadores se recuperan o se hacen emisiones publicitarias, calendarios de competencias, etc.

Podemos decir que, en el deporte, al igual que en todos los sistemas, se produce escasez, y es a través de ella es como se configuran las decisiones, de aquí se deriva la toma de las decisiones económicas que persiguen la maximización, para los productores del beneficio y para los consumidores de su utilidad. (Heinemann, 1986).

Lo que justifica la importancia de las decisiones económicas, es la existencia de restricciones. Las restricciones decisivas son, el tiempo y la obtención de recursos financieros principalmente. En el caso de la economía del deporte, debemos resaltar otras restricciones como son las normas sociales y el marco jurídico, la existencia de imperativos materiales, así como diversas consideraciones éticas y otros factores que limitan la toma de decisiones racionales en el desarrollo de la práctica deportiva.

Mesa y Arboleda (2007), considera que en la toma de decisiones de los agentes frente al consumo del bien deporte los factores ligados con el entorno económico, llevan a considerar los efectos de los cambios en los ingresos sobre la posibilidad de potenciar la demanda deportiva. En efecto, así como la demanda se ve influenciada por el ciclo económico que atraviesa la economía, la oferta deportiva es sensible a los cambios de la producción de un país. En otras palabras, cuando el país está sumido en un periodo de recesión, las decisiones de consumo de los individuos por bienes y servicios deportivos disminuyen, y se convierten en un bien de lujo y no de primera necesidad, como pueden ser considerados en momentos en que la capacidad de empleo es mayor y los ingresos disponibles de los agentes son más altos.

Igualmente, el gasto público de las administraciones públicas tiende a ser menor en deporte, debido a que en épocas de recesión, parte de la destinación de recursos para éste, se traslada a sectores de mayor urgencia presupuestal como la salud y la educación, olvidando lo que recalca la ONU (2016) que, a través del impulso del deporte y las actividades basadas en él, es posible iniciar “un círculo virtuoso” en el cual nuevas formas de actividad son generadas, requiriendo productos y servicios adicionales, creando empleos y contribuyendo al desarrollo económico.

A la hora de tomar decisiones, se contraponen las necesidades e intereses individuales, por un lado, y las presiones externas, los valores y las normas sociales por el otro; esto quiere decir que en la toma de decisiones se debe procurar armonizar los objetivos individuales y las restricciones externas.

Por otro lado, debe aclararse que la concepción del deporte desde esta perspectiva es de manera general, ya que no conceptualiza a las particularidades de algunos deportes que se escapen de la toma de decisiones como la distorsión del mercado que provoca la escasez de habilidades deportivas.

1.3.2. Microeconomía del deporte

El estudio de la relación economía y deporte desde la microeconomía parte de la existencia de un mercado para los bienes y servicios deportivos, en el que existen agentes que ofrecen y demandan, por lo cual la toma de decisiones de los individuos frente al consumo de estos bienes va a depender de sus necesidades y preferencias y de la forma como éstos son ofertados; así se crea un mercado donde se determinan precios, costos y beneficios.

La demanda relacionada con el deporte refleja el gasto en que incurren los hogares al consumir bienes y servicios deportivos, mientras que la oferta señala los bienes y servicios que son ofrecidos por las diferentes empresas y entidades responsables del aprovisionamiento deportivo.

Cuando se estudia la demanda relacionada con esta actividad, se está explicando el valor que los individuos asignan a los bienes y servicios deportivos, a través de las preferencias reveladas por el consumo de estos y por la utilización del tiempo libre en actividades deportivas.

Figura 5: El mercado de bienes y servicios deportivos

La demanda	La oferta
Ropa deportiva	Clubes y federaciones
Material y aparatos deportivos	Sector empresarial
Alimentación deportiva	Oferta comercial
Seguros	Empresas que producen artículos deportivos
Lotería	Sector turístico
Desplazamiento	Medios de transporte
Vacaciones deportivas	Empresas de construcción
Cuotas de clubes	Compañías de seguros
Entrenamientos y/o clases	Medios de comunicación
Entradas para un evento deportivo	Empresas de publicidad
Literatura deportiva	Loterías
Afiliación a un club	Actividades del Estado
Derechos de utilización de instalaciones	Nivel estatal
Desplazamiento o medio de transporte	Nivel autonómico
	Nivel municipal
Total demanda relacionada con el deporte	Total oferta de bienes y servicios deportivos:

Fuente: elaboración propia con datos de Heinemann (2001).

El deporte, se puede considerar un servicio que, proporciona una institución (club, deportivo, etc.), pero su gran peculiaridad radica en que requiere, en gran medida, de la colaboración y el esfuerzo del individuo para que produzca satisfacción. Este hecho hace que el logro de dicha satisfacción dependa en gran proporción de la propia experiencia del que lo practica, lo que hace que su medición sea altamente subjetiva.

La sensibilidad de la cantidad demandada ante variaciones en el precio, se denomina, elasticidad precio de la demanda y es un factor a tener en cuenta para hacer previsiones sobre consumo.

Practicar un deporte cuesta tiempo y dinero, estos van desde la afiliación a un club, los aparatos, ropa, entrenadores, derechos de utilización, entradas para los eventos deportivos y desplazamientos de la vivienda/trabajo a la instalación deportiva, por mencionar algunos. Los gastos para el deporte compiten con otros gastos de consumo de los hogares y el tiempo para el deporte compite con otras posibilidades para su empleo, por lo que se demandan hasta

que estén cubiertas otro tipo de necesidades básicas (por ejemplo: alimentación, agua, luz, etc.). Estas necesidades son a las que Maslow llamó fisiológicas o de seguridad.

La demanda de una actividad es considerada como demanda madre, y las demandas de instalaciones, transporte, equipamiento, etc. son demandas derivadas. Dentro de las demandas derivadas, hay que destacar especialmente la demanda de ropa y calzado deportivo, que ha incrementado su volumen de ventas. Este fenómeno se debe a la gran implicación sociológica que tiene la manera de vestir. Las grandes multinacionales de ropa y calzado deportivo se han encargado de crear todo un estilo de vida alrededor de sus productos, por ejemplo, un equipo de fútbol europeo, el Real Madrid en su visita a Tokio en el 2001 con motivo de la final de la Copa Intercontinental, fue capaz de agotar con su sola presencia en el país, las existencias de camisetas de este equipo en tan solo 48 horas.

Aunque la teoría económica proporciona información/ideas sobre las relaciones entre precios, ingresos y demanda no se pueden explicar de manera satisfactoria las múltiples condiciones de la creación de expectativas de utilidad relacionadas con el deporte dadas las peculiaridades de la demanda de bienes y servicios en este ámbito.

Son tantos y tan variados los factores a considerar para hacer una estimación de la demanda deportiva que se dificulta considerablemente su estudio económico, pues, se deben atender factores socioeconómicos, culturales y coyunturales, no solo los puramente económicos.

De otro lado, cuando se estudia la oferta de bienes y servicios deportivos, se está tratando de deducir la creación de riqueza por parte de las federaciones, clubes y ligas deportivas, Estado y sector empresarial.

La estructura de la oferta se va diferenciando cada vez más, adaptándose a la creciente evolución de los grupos de demandantes en mayor medida heterogéneos y con intereses, necesidades de movimientos y campos de acción completamente diferentes.

Podemos distinguir cuatro tipos de organizaciones que influyen en la oferta deportiva:

Figura 6: Aspectos en el entorno de la oferta de los deportes



Fuente: elaboración propia con datos de Heinemann, (1998).

1. Organizaciones *input* o suministradores de recursos¹⁸, que son transformados por el oferente en prestaciones para sus miembros o clientes. Diferenciamos entre promotores, los cuales no reciben contraprestación directa, los proveedores, los cuales serán retribuidos por los recursos aportados y los inversores los que aportan los recursos financieros.
2. Organizaciones reguladoras, son aquellas que no intercambian prestaciones con los oferentes, pero que influyen en el tipo y volumen de las prestaciones ofrecidas. Estas se pueden distinguir entre organizaciones normativas, órganos de gobierno que elaboran leyes y tienen una actuación administrativa oficial, o federaciones y asociaciones profesionales, que aportan mecanismos reguladores y reglas de competición. También se consideran a las organizaciones de competición, que son aquellas con las que se rivaliza, por alcanzar el mayor apoyo de terceros, por satisfacer las mismas necesidades, por ejemplo, entretenimiento o espectáculo, ofrecer los mismos productos o prestaciones.

Al hablar de las organizaciones cooperativas, se hace referencia a aquellas que se ayudan mutuamente en la realización de los objetivos, por ejemplo, mediante

¹⁸ Ya sean suministradores de bienes, servicios, información, personal, dinero, etc.

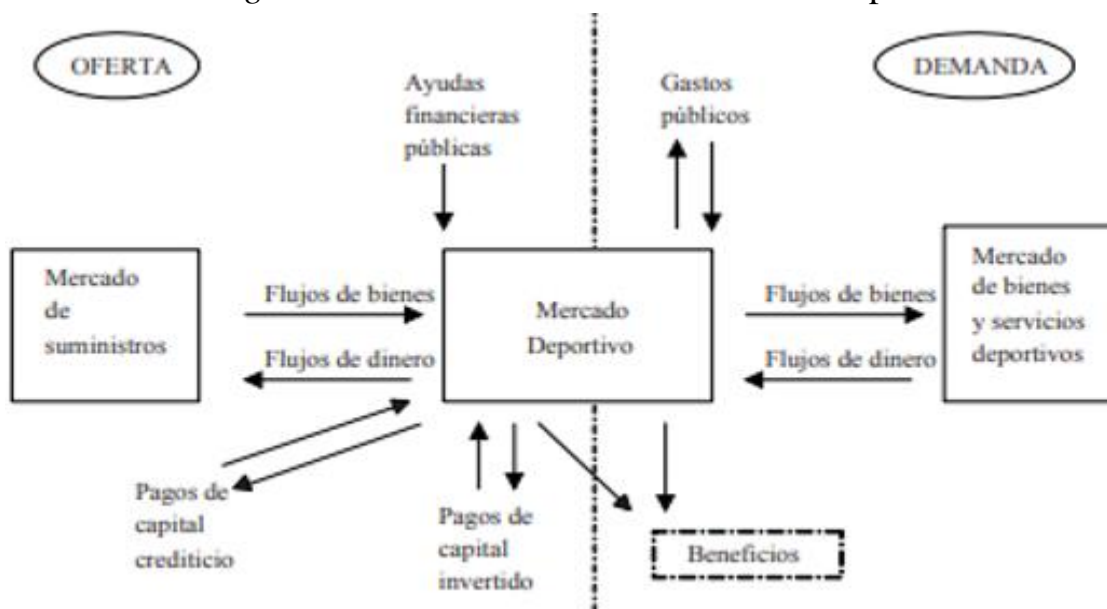
asesoramiento o intercambio de información, por último las organizaciones conflictivas son aquellas con las que existen divergencias en objetivos, valores o intereses y se pueden perjudicar mutuamente.

3. Grupos de interés, van desde los miembros, mediadores, entrenadores, gestores y colaboradores responsables de la dirección, organización y administración y la representación adecuada al exterior.
4. Organizaciones *output* o clientes, son aquellos a los que se dirige la oferta y de acuerdo a sus preferencias, ejemplo de ellos son: los medios de comunicación, espectadores, la opinión pública es importante por la identidad nacional o local por ejemplo en los Juegos Olímpicos, el Estado se beneficia del trabajo de los ofertantes porque estos producen prestaciones de salud, educación y formación.

Los diferentes sujetos (clientes, clubes y empresas privadas) deben participar en la toma de decisiones básicas: que producir (responsabilidad compartida por empresas y clientes), como producir (responsabilidad de las organizaciones, ya sean públicas o privadas) y para quien producir (su determinación también afecta a las organizaciones). En este entorno se mezclan una serie de factores que con su interacción se establecen y se enfrentan a una red de objetivos e intereses de distintos agentes, lo cual crea una serie de oportunidades y posibilidades de cooperación e interacción.

Así, el modelo funcional del mercado desde la demanda se basa en los flujos de bienes y de dinero para el consumo de los bienes y servicios deportivos, por parte de los agentes y del Estado, donde los beneficios obtenidos de tal consumo no son monetarios. Por el contrario, el modelo funcional desde la oferta se caracteriza por los flujos de bienes de los mercados de suministros, por el proceso de transformación, y por las inversiones y los flujos de beneficios monetarios que adquieren las empresas oferentes.

Figura 7: Modelo funcional del mercado deportivo



Fuente: elaboración propia con datos de Heinemann, 1998.

La microeconomía del deporte permite también medir la incidencia económica de esta actividad mediante elementos que llevan al cálculo del valor económico total de un espectáculo o evento deportivo. Para esto es esencial encontrar la utilidad social del evento, que se basa en la evaluación de los efectos indirectos, positivos o negativos, que se generan ante la realización del evento deportivo, y que se apoya en las bases teóricas de la economía del bienestar, lo cual tiene gran repercusión en materia de política económica.

Entre los efectos indirectos negativos más significativos están los desgastes al entorno natural por el ruido, la erosión, la contaminación, etcétera. También se encuentran los efectos indirectos negativos sobre la salud por las prácticas deportivas intensivas, como son el dopaje, los accidentes y las enfermedades. Entre los efectos indirectos positivos están: la mejora de la salud cuando se trata de una práctica deportiva adecuada y controlada, la inserción social, la identidad nacional y la imagen del país al tratarse de un evento internacional, etc.

En suma, el valor económico total del espectáculo deportivo es la sumatoria de una serie de valores que no están determinados por el mercado (Gouguet, 2002). Son ellos:

- a) El valor de uso, que corresponde a la utilidad que el consumidor le asigna al consumo del evento o espectáculo, por lo cual el valor que esté dispuesto a pagar por asistir al espectáculo depende de los gastos de acceso a él.
- b) El valor de opción, que es el grado de utilidad que sienten los agentes por tener la posibilidad de asistir o participar en un futuro a un evento.
- c) El valor legado, que es la satisfacción que se obtiene de saber que se les va a dejar a las generaciones futuras la posibilidad de participar de un evento (en este caso se concibe el deporte como patrimonio de la humanidad).
- d) El valor de existencia, que es la utilidad que obtiene un agente al saber que el evento existe.

Para medir estos valores que no son propiamente de mercado, existen diferentes metodologías que han permitido evaluar las preferencias de los agentes.

La demanda de competiciones deportivas muestra particularidades, porque en algunos puntos el producto se diferencia claramente de otros bienes y servicios. Como ya se ha mencionado con anterioridad, el atractivo del deporte de competencia se encuentra en la incertidumbre del resultado, incluso se podría decir que sus productos principales son la incertidumbre, euforia y tensión; la incertidumbre se relaciona con la escasa constancia y previsibilidad de resultados, es donde las quinielas y productos de apuestas encuentran espacio para desarrollarse. La incertidumbre y la reducida previsibilidad constituyen un valor aliciente, aunque también con riesgos especiales para los vendedores y compradores, ya que, por un lado, los ofertantes solo crean las condiciones para que se lleve a cabo el producto, mientras que los demandantes no saben exactamente lo que pasará.

La oferta comercial produce mercancía para cubrir los intereses y deseos de terceros. Se necesitan ciertas condiciones para atraer un determinado número de espectadores y recursos a ciertos equipos y prácticas, por ello, se llegan a alterar calendarios y reglamentos deportivos a favor de la publicidad y de los medios de comunicación.

La revista Forbes¹⁹ destaca un rasgo generacional importante de los *millennials*, los cortos periodos de atención, como resultado, la oferta deportiva actual busca satisfacer los

¹⁹ México Forbes, *El impacto de los millennials en los deportes*, (27 enero 2019)

requerimientos de ser corta, rápida y espectacular, buscando mantener y aumentar el número de fanáticos y en consecuencia subir su rating. Tal es el caso de la NBA, que modificó este año sus reglas de contacto para hacer el juego más ofensivo y atractivo. En adición, cada pausa en el juego lleva consigo una serie de activaciones para entretener a todo tipo de público, que va desde bailes con porristas, clavadas de canastas, mascotas, magos, concursos, regalos de camisetas etc. Es decir, la NBA se ha encargado de entretener a todo tipo de público que asista a sus juegos sin importar la edad o género.

Las nuevas tecnologías han creado un horizonte de oportunidades a la mediatización del deporte, alimentando las estrategias de transformación de las empresas de comunicación y abriendo al sector deportes a nuevas oportunidades de negocio, como la industria de los juegos interactivos, las apuestas o las informaciones en línea ya sea por teléfono móvil o en plataformas. La temática deportiva ocupa altos porcentajes del total del tiempo de programación del conjunto de radios y televisiones mexicanas.

1.3.3 Macroeconomía del deporte

Desde el marco de la macroeconomía, la relación economía y deporte identifica el impacto del deporte en las variables económicas de un país como el Producto Interno Bruto (PIB), el empleo, la inflación, el gasto público, el consumo privado, la inversión, los impuestos y el comercio exterior.

El deporte es un sector que crece con rapidez, tiene un impacto macroeconómico y generación de empleo. Puede servir como herramienta para el desarrollo local y regional, la regeneración urbana o el desarrollo rural. El deporte tiene sinergias con la actividad turística y por tanto puede estimular la mejora de las infraestructuras y el establecimiento de nuevas fuentes para financiar las instalaciones deportivas y de ocio (Comisión Europea, 2007).

Desde esta perspectiva, uno de los enfoques relevantes para estudiar la macroeconomía del deporte se da a partir del modelo de oferta y demanda agregadas. La demanda agregada es el total de bienes y servicios demandados por un país a un determinado nivel de precios, en un determinado periodo de tiempo.

Desde la perspectiva del deporte, está compuesta por el nivel de gasto privado que toda la sociedad realiza en el sector deportivo, el cual depende del nivel de renta disponible de los agentes y de la proporción que dediquen al deporte y por ende a cuanto se eleva la demanda de un país en cuanto a temas deportivos. Está conformada además por el nivel de gasto público que realiza el Estado, es decir, el apoyo financiero que los entes deportivos reciben de él, ya sea para inversión o para gastos de funcionamiento del sector.

También se incluye la inversión pública y privada que se realiza en el sector, especialmente la inversión en infraestructura deportiva y en los medios de comunicación además del gasto externo que realiza el resto del mundo²⁰ de bienes y servicios deportivos.

Atendiendo a la condición de equilibrio macroeconómico, la demanda agregada debe ser igual a la oferta agregada, es decir a la producción nacional, la cual está representada en el PIB.

Basándose en lo anterior se puede entender el fenómeno que surge ante un mayor gasto en deporte, sea de consumo o de inversión, se traducirá en una expansión de los ingresos en el sector, lo cual incentiva un nuevo aumento en el nivel de inversiones que genera al mismo tiempo una mayor demanda de consumo. Todo lo anterior se convierte en una cadena o círculo virtuoso que lleva a un mayor nivel de producción del sector deportivo y a un mayor crecimiento económico de la región donde se está apoyando el desarrollo del deporte. Toda esta cadena de gastos e ingresos se da gracias al efecto multiplicador, según el cual, a mayores gastos, mayores ingresos.

Tan solo en el 2004, la actividad deportiva en Europa, aportó un valor agregado de 407 mil millones de euros, correspondientes al 3.7 % del PIB de la Unión Europea, y generó 15 millones de empleos, equivalentes al 5.4 % de la mano de obra (Dimitrov y otros, 2006).

Es imprescindible mencionar el impacto en la actividad económica de una región ante la realización de un evento deportivo, se produce un efecto de shock económico que se refleja en los precios y en los costos. Este cambio se intensifica sobre la demanda por medio del multiplicador, lo que finalmente tiene un efecto positivo para la producción de la economía.

²⁰ Saldo neto expresado como la diferencia entre las exportaciones menos las importaciones.

De esta forma, la demanda agregada de la economía se verá afectada a través del gasto privado por el nivel de consumo de bienes y servicios deportivos de los agentes en su conjunto.

Ejemplo de ello es el caso de los Juegos Olímpicos de Sídney 2000. Durante los cinco años anteriores a los Juegos Olímpicos, el crecimiento del PIB en Australia fue, en promedio, 4.35%. Casi un punto por encima del porcentaje obtenido durante los últimos 30 años, que era de 3.5%. Además, se estima que las Olimpíadas ayudaron a incrementar el PIB en un 1.6%, el equivalente a 6,500 millones de dólares, el más alto durante el período 1994-2006. Así mismo, más de 35,000 personas, trabajaron en la construcción de la infraestructura de los Juegos, lo que contribuyó a lograr la tasa de desempleo más baja de los últimos diez años (Página Web Oficial de los Juegos Olímpicos de Sídney 2000).

Desde la perspectiva del gasto público, la demanda agregada se verá afectada por el nivel de gasto que hagan las administraciones públicas en instalaciones, seguridad, planificación y apoyo financiero a los entes deportivos departamentales por medio del presupuesto que destinen al deporte. En contraprestación el Estado también obtiene ingresos provenientes del sector deportivo por los impuestos sobre los bienes y servicios que lo conforman.

En el caso mexicano la CONADE es el organismo público encargado del presupuesto para el deporte y cultura física, en el 2013 se registró un máximo histórico en el presupuesto asignado y desde ahí hubo una tendencia a la baja. En 2016, año donde se celebraron Juegos Olímpicos se destinaron 2,825.6 millones de pesos al deporte mexicano, equivalente solo al 0.05% del presupuesto federal. De los Juegos Olímpicos de Londres 2012 a Río 2016, el presupuesto de la CONADE disminuyó 53.2% en términos reales²¹.

²¹ Variación en términos reales tomando como referencia precios del año 2013

Gráfica 1: México: Presupuesto asignado a la CONADE (2013-2020)
(millones de pesos de 2013)



Fuente: elaboración propia con datos de la CONADE (2013-2020).

Sumado a la reducción de presupuesto, el CIEP destaca que de acuerdo a lo presentado en la estructura programática del Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) 2016, el programa “Sistema Mexicano del Deporte de Alto rendimiento” se fusiona con otros dos programas para crear el “Programa de cultura física y deporte”. Como resultado a ello, en el 2016, año de Olimpiadas Olímpicas, el PEF no tiene un programa con el objetivo único y específico de mejorar los resultados deportivos de los atletas de alto rendimiento, como era el que tenía el “Sistema Mexicano del Deporte de Alto Rendimiento”.

Al analizar el presupuesto asignado a la CONADE en el periodo 2013-2020 en millones de pesos constantes de 2013, encontramos que ha disminuido en 71.17%, esta drástica caída muestra el desamparo que ha tenido el deporte mexicano. El valor más bajo durante este periodo fue en 2019 con solo 1,150 millones de pesos, y equivale solo al 16 por ciento del registrado en 2013, que fue de 7 mil 119 millones. Pero para 2020, se planea cambiar la tendencia descendente con un aumento de casi mil millones de pesos respecto al año anterior.

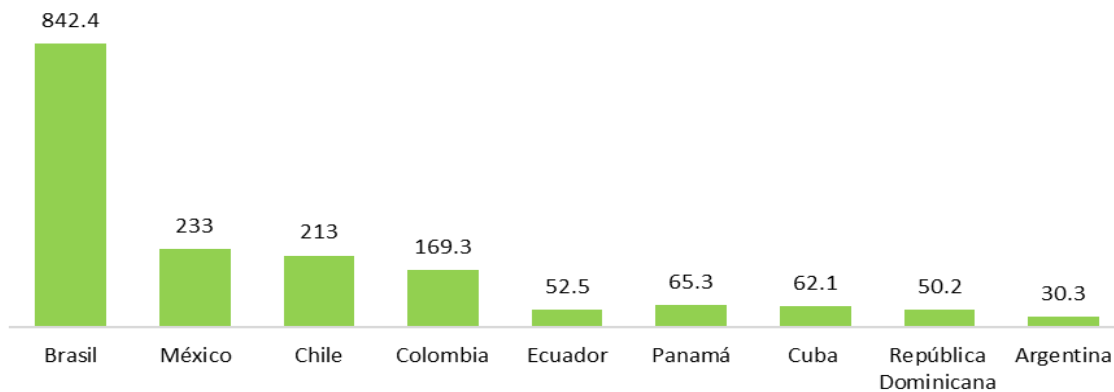
La inversión per cápita en materia deportiva por el gobierno mexicano en el 2013 año con mayor presupuesto asignado fue apenas de 60 pesos por cada habitante del país, mientras que para el 2019 el presupuesto más bajo registrado fue de solo 12 pesos, en el 2020 se espera un repunté y llegar a los 21.78 pesos por habitante. Con estas cifras resalta la carencia de

capacidad de redistribuir o generar posibilidades a la población a nivel macro, por lo que el éxito olímpico depende de una colección de esfuerzos individuales.

Al realizar la comparación de los presupuestos asignados en el 2015 en países de América Latina, México ocupa el puesto número dos después de Brasil con menos del 30 por ciento (27.7%) que Brasil presupuestó al deporte en ese año, posteriormente se encuentra Chile sólo por debajo de México por 20 millones de dólares, seguido por Colombia y Ecuador.

Es importante señalar que la inversión en los deportes es importante pues posibilita a los atletas a tener instalaciones idóneas donde entrenar, la asistencia a eventos de clasificación, además de tener dinero para poder compaginar su vida y el deporte.

Gráfica 2: Presupuesto asignado al deporte en América Latina (2015)
(millones de pesos corrientes)



*Los datos corresponden al impulso de alto rendimiento, infraestructura, programas de activación física, promoción, salarios administrativos y becas.

Fuente: Elaboración propia con datos de presupuestos oficiales para el deporte, Pérez, I. Forbes, (2015).

Pero en el caso mexicano, darles más dinero a las federaciones no implica necesariamente mejores resultados. Por un lado, no todas las federaciones necesitan el mismo presupuesto, algunas agrupan a más atletas, otras, por la naturaleza misma del deporte al que representan, requieren de más inversión. No se trata solamente de invertir más dinero en las federaciones, como demuestra la experiencia histórica, se trata de invertir mejor. La inversión debe generar las condiciones para que la mayoría de la población pueda practicar un deporte, amateur o profesionalmente.

Resulta imprescindible la consideración del gasto de los diferentes agentes sociales implicados: deportistas profesionales, familias e individuos practicantes, empresas, y administraciones públicas. Es importante resaltar que en el caso mexicano y mundial los principales héroes y patrocinadores del deporte son los padres de familia, son el principal y primordial promotor, motor y aliciente para la practica deportiva²².

Se debe de consolidar y construir un exitoso sistema deportivo que genere y entienda a la capacidad deportiva y su potencial no solo en el ámbito competitivo sino en la calidad de vida de un país, fungiendo como un motor para el crecimiento y desarrollo del mismo.

La inversión pública y privada en infraestructura y en construcción de instalaciones deportivas también posee una participación importante en el comportamiento de la demanda agregada. Adicionalmente, la demanda externa neta que se realiza por parte de las instituciones deportivas, a partir del volumen de exportaciones e importaciones de bienes y servicios en ese campo, es un componente importante y de gran peso dentro de la demanda agregada.

En este sentido, Mesa y Arboleda (2007), resaltan que los resultados regionales, nacionales e internacionales, en términos de medalleros en los diferentes torneos o competencias, representan parte de los beneficios no monetarios del desempeño del sector. Esto podría interpretarse a partir de qué tanto se ha logrado mejorar la imagen del sector deportivo del país en los diferentes espacios geográficos, como resultado de una serie de inversiones y gastos previos al consumo privado de bienes y servicios deportivos.

El impacto del deporte de un país, también se puede observar en otras variables macroeconómicas, el mercado laboral. El mercado de trabajo en el sector del deporte está conformado por una gran cantidad de personas que laboran en las organizaciones deportivas (clubes, federaciones, ligas), las administraciones públicas, el sector empresarial relacionado con esta actividad y el sector educativo y por los deportistas.

Por su parte, la oferta agregada de la economía se ve influenciada por el sector deportivo por medio de la producción de bienes y servicios deportivos en los sectores económicos que están

²² Aceves, D., El Universal, *Los padres, los verdaderos héroes y patrocinadores de los deportistas*, agosto 2019

directamente relacionados con esta actividad, a saber: la industria, por medio de la producción de materiales y artículos deportivos; el comercio, mediante la comercialización y distribución de bienes y servicios deportivos; la construcción, vía la producción y restauración de infraestructura física deportiva, y el sector servicios.

Al percatarse del alcance y la importancia que tiene el sector deportivo, resulta interesante identificar cuál es la relación de este, con respecto al desempeño de cada uno de los estos sectores que conforman la economía y, finalmente, saber cuánto representa la producción del sector deportivo en la producción nacional de una región.

Capítulo 2. Estudios en Economía del Deporte

La creciente importancia de la comercialización del deporte y su impacto en la economía de mercado, hace necesario el estudio de este tema bajo la perspectiva de la ciencia económica, el estudio de la relación economía y deporte, presenta algunas dificultades que parten de la definición misma que se tiene de éste en el orden internacional, lo que hace difícil hacer una comparación entre países.

2.1 Investigaciones empíricas

El interés de la economía del deporte comenzó en Estados Unidos de América en la década de 1950. Artículos académicos como los de Rottenberg (1956); Neale (1964) y Sloane (1971), marcan la ruta de las implicaciones económicas de las características estructurales de los mercados en los cuales operan los deportes profesionales. Estos son los primeros indicios de la ciencia económica en el deporte.

Se llega a considerar la obra de Rottenberg (1956) como el primer análisis de la economía del deporte, el autor analiza el mercado de trabajo de los jugadores de béisbol, centra su atención en la “cláusula de reserva”²³ y habla de la introducción de la “libre agencia”²⁴. Es importante mencionar que Rottenberg afirma que esta cláusula no distribuye de manera más equitativa el talento en los equipos que en un mercado donde exista la libertad de agencia.

Por su parte Neal (1964) expone lo que él denomina la “Economía peculiar” título del artículo publicado en 1964, el cual se refiere a la industria de los deportes profesionales,

²³ El derecho de retención (*reserve clause* en EE.UU. o *retain and transfer system* en Gran Bretaña). Consiste en que los clubes pueden renovar unilateralmente las fichas de los jugadores en las respectivas Ligas. Los jugadores sólo pueden cambiar de equipo con el consentimiento del club que tiene sus derechos federativos, lo que supone que el jugador puede estar ligado a su club indefinidamente y en el caso de que no quisiera sólo le quedaba la salida de abandonar la práctica del deporte.

²⁴ Un jugador es libre de elegir, dónde, con quién y cuándo jugar, es decir el jugador es el vendedor, hasta que firma un contrato donde existe una cláusula de reserva en la que, el equipo que contrata al jugador tiene derecho exclusivo al uso de sus servicios de juego, entonces los equipos se convierten tanto en los vendedores como compradores

donde a modo de analogía²⁵ asocia a las ligas deportivas con las firmas, es decir, con las empresas en el sentido económico; utiliza la paradoja de Louis-Schmelling para ilustrar el escenario de los deportes profesionales. La paradoja consiste en lo siguiente: si la “empresa peculiar” es un peso pesado campeón del mundo, está claro que quiere ganar el máximo dinero posible para maximizar su beneficio, para ello necesita rivales y cuanto mejores sean los rivales mayores serán los beneficios de cada combate. El monopolio puro, por tanto, es un desastre puesto que si Joe Louis²⁶ no tuviera contra quien luchar no obtendría rentas. Es decir, entre más parejos y competitivos sean los encuentros, mayor interés y ganancias se generarán debido a la incertidumbre.

Sloane (1971) por su parte se enfoca en el fútbol profesional, realiza una relación teórica entre el porcentaje de victorias de un club, los precios de los boletos, la asistencia y las ganancias es una exposición útil de las implicaciones de la hipótesis de maximización de ganancias. Se considera como el primer intento significativo para la elaboración de la teoría económica de los clubes deportivos europeos.

A partir de estos estudios, las investigaciones en la economía deportiva se dirigieron a temas como la demanda de los espectadores, el desarrollo de entrenadores y directivos, la discriminación racial y otras formas de discriminación en los mercados de trabajo en el deporte, el establecimiento de cuotas de transferencias para el movimiento de jugadores entre clubes, la eficiencia de los mercados deportivos, la economía de construcción de estadios y su impacto en la economía local.

Heinemann (1998), elaboró una obra donde estudió la economía del deporte, tomando en cuenta los efectos macroeconómicos y microeconómicos hace una relación de elementos que inciden en ambos estratos, propone cuatro tipos de impacto económico del deporte: 1) Valor económico de la oferta y la demanda, 2) Importaciones/ Exportaciones, 3) Mercado de trabajo y 4) Factores externos. Además de tratar peculiaridades del deporte como bien económico,

²⁵ La economía de en los deportes profesionales está en posición peculiar respecto a la aceptad, en que la economía considera a los mercados competitivos, en competencia la situación ideal para una empresa que compite con otras sería la más cercana al monopolio que le permitiera no ser perseguida por las leyes antimonopolio. (Neale 1964.)

²⁶ Joe Louis, fue un boxeador estadounidense apodado el "bombardero de Detroit". Fue campeón mundial del peso pesado durante once años y ocho meses (1937-1949), un récord que nadie ha conseguido superar.

las características de la toma de decisiones económicas en el deporte, los diferentes tipos de mercado del deporte y tipos y características de gestión deportiva.

Otero et. al. (2000 p.15) propone contemplar para la medición del impacto económico del deporte, en función del nivel de análisis, los siguientes aspectos: 1) identificar correctamente los gastos realizados; 2) el financiamiento percibido y su procedencia; 3) el valor de la producción de bienes y servicios; 4) la cantidad de factores utilizados en ella; 5) el valor agregado creado; 6) las importaciones y exportaciones efectuadas; 7) los costos y beneficios del proyecto o programa en cuestión.

Por su parte Pedrosa y Salvador (2003) señalan que el enfoque macroeconómico trata de evaluar la importancia relativa del deporte en el conjunto de la economía, mientras que el microeconómico investiga comportamientos (de hogares, empresas y estado) y decisiones individuales. Considera otro enfoque, el meso económico el cual se inspira en la economía industrial y analiza el deporte en términos de cadenas de producción.

Rodríguez (2012), partiendo de la economía aplicada, publicó un artículo donde se presentan algunas de las características más relevantes de la economía del deporte, que la significan como una economía peculiar dentro del análisis económico. Analiza las características del producto deportivo, el estudio del comportamiento de los clubes, de las ligas y el balance competitivo, así como el mercado de trabajo de los jugadores y la demanda de los deportes profesionales.

Arias (2017), realizó una obra donde el objetivo fue analizar la relación economía deporte, conceptualizar la economía deporte como una rama de la ciencia económica con una perspectiva teórica y práctica. Además, da un panorama completo de las investigaciones sobre el tema. Desarrolla la analogía entre economía y deporte, específicamente entre el sistema económico capitalista y el deporte de alto rendimiento.

Existe diversidad en el tipo de contribución y el objetivo de las publicaciones referentes a la economía deportiva. El trabajo de Baade y Matheson (2004), así como el de Rosentraub et al. (1994) abordan el estudio de impacto económico de un evento concreto. Crompton (1995) realiza un análisis teórico en el que explica a través de ejemplos reales de análisis de impacto, los distintos errores que se cometen en la aplicación de las metodologías. Kavetsos y

Szymanski (2010) analiza un aspecto intangible de la repercusión económica de los eventos, el llamado *feelgood*, Coates y Humphreys (1999) analizan el efecto de las franquicias deportivas sobre el empleo e ingresos en sectores económicos específicos.

Además de la aparición de revistas/periódicos específicos del área representan un incentivo para los investigadores como, *Journal of Sport Economics* revista académica examinada por pares y publicada trimestralmente, fue establecida por el economista Leo Harold Kahane en 2000, muestra investigaciones académicas en el campo de la economía del deporte. Tiene como objetivo promover la investigación en el área de la economía del deporte reuniendo la investigación empírica y teórica, es publicada por SAGE Publications en conjunto con la Asociación Norteamericana de Economistas del deporte.

International Journal of Sport Finance (IJSF), se publica trimestralmente (febrero, mayo, agosto, noviembre) desde 2006 y sirve como foro de alto nivel para el intercambio de ideas entre académicos y profesionales, además de promover la difusión mundial de la investigación actual sobre tema de financiación del deporte. Tiene como objetivo fomentar el conocimiento del área temática mediante la publicación de artículos teóricos y empíricos desde una perspectiva tanto global como multidisciplinaria y mostrar los beneficios prácticos sobre finanzas relacionadas con la práctica deportiva actual.

Journal of Sport Management, inició publicaciones en 2011 en España con frecuencia anual editada por la Universidad de Valencia. Tiene como objetivo la difusión de investigaciones que pueden mejorar el conocimiento y la comprensión de la gestión y la economía del deporte, desde un enfoque multidisciplinar que combina enfoques teóricos e investigación aplicada, promueve el intercambio de información entre investigadores y profesionales, a través de un foro de discusión y debate con perspectiva dual, sirve como indicativo de crecimiento e interés en el campo de estudio, además de ser un incentivo para la investigación.

Sin duda el deporte es una actividad que ha sido uno de los fenómenos sociales donde se ha manifestado en mayor medida la globalización, se conjuntan naciones en grandes escenarios mediáticos, inversores de capital, empoderamiento de empresas bajo la figura de patrocinadores, impulsa al consumo de productos relacionado con el deporte, entre otros

aspectos, por eso no debe de extrañar la necesidad de estudiar al deporte desde el ámbito económico.

La evolución del interés sobre el impacto de la industria del deporte no sólo se muestra dentro del área de la economía, sino llega a otras áreas como la administración pública, turismo, gestión del deporte, medio ambiente, medición de variables económicas, análisis de percepción de eventos deportivos, etc. de esta manera las investigaciones de la industria deportiva continúan desde distintas vertientes.

2.2 Investigaciones del impacto económico deportivo en México

El deporte en sociedades modernas, constituye un agente promotor de calidad de vida de la población, de salud, educación y organización. La rapidez del desarrollo del deporte se ha convertido en uno de los elementos más característicos actuando sobre todos sus elementos a través de sus relaciones internas y externas, mediante las relaciones con otros sistemas que forman la estructura social.

Las recientes investigaciones interesadas en el análisis del deporte en México bajo un enfoque económico, sirven como referente para abordar con mayor profundidad este tema, además de crear la pauta para el estudio de la creciente importancia de la comercialización del deporte y su impacto en la economía del mercado, para que sea considerado e investigado como industria.

García (2004), elaboró una investigación que se titula “*La economía del deporte, el caso mexicano*”, donde en los dos primeros capítulos se establece el marco de referencia, con el fin de ubicar al deporte como un elemento de política social y como instrumento de política económica, así como información específica de la actividad como definición y clasificaciones, en el tercer capítulo desarrolla el objeto de estudio que es la economía del deporte de manera general, basándose principalmente en el autor Heinemann (1998), para luego concentrarse en el caso mexicano, su evolución histórica, marco legal, programas y por ultimo realiza una comparación de presupuesto *versus* resultados, por último concluye con

conclusiones relacionadas a la parte conceptual del deporte y su relación con la ciencia económica y otras acerca de las problemáticas que enfrena el deporte mexicano.

Cortés y Sepúlveda (2006), consideran al deporte como bien económico, integrado por bienes y servicios, oferta y demanda, implicando la existencia de un mercado deportivo y agentes económicos que conforman a la industria deportiva, los cuales generan y obtienen flujos monetarios del deporte, lo que da una estrecha relación entre deporte y la economía; por lo que se enfocaron en la importancia identificar y cuantificar el efecto deportivo y presentan las características, objetivos, ventajas y limitaciones de métodos para el análisis de la economía deportiva. Los métodos para la identificación de los eventos deportivos son: la Tabla Económica de Conjunto (TEC), las Cuentas Satélite y la Tabla Insumo-Producto y para cuantificar el impacto económico los multiplicadores como el keynesiano y el de Leontief.

Otras investigaciones como la de Orozco (2018), se han interesado en estudiar al deporte mexicano desde un enfoque presupuestario asignado y medallas ganadas, teniendo como caso de estudio al fútbol soccer y el taekwondo. Donde en primer lugar se enfoca en identificar las bondades que brinda el deporte no solo personalmente sino en la sociedad, además de describir conceptos e identificar debilidades y amenazas del sistema deportivo, seguido de los datos de México en los juegos Olímpicos específicamente de los 2 deportes de análisis y se concluye con un modelo de regresión logística explicando su composición, utilidad y resultados.

Huerta (2018), realizó un análisis sobre el deporte y las finanzas, enfocado en los grandes equipos europeos de fútbol, 2010-2015, encontró que se ha pasado de ser un pasatiempo para convertirse en una industria a raíz de su profesionalización, pues es un sector que a pesar de las fuertes crisis que afectan la mayor parte de la economía no se ha visto frenado su crecimiento, además de ser empresas con una alta viabilidad financiera, no solo a nivel empresa sino la de toda la industria, ya que son empresas que dependen una de la otra para sobrevivir y nutrir su rivalidad.

Existen perspectivas históricas sobre la industria deportiva y algunos de sus elementos, el Maestro Bracamontes (2018), en su tesis para maestría realizó una investigación llamada “Publicidad y deporte en el México postrevolucionario (1920-1940)” en donde expone la sinergia existente entre el deporte y la publicidad, ya que gracias a esta ha sido un medio para

que el deporte tenga mayor difusión y al mismo tiempo una herramienta estratégica para que las marcas patrocinadoras incrementen sus ganancias al tener como vitrina al evento deportivo.

González (2019), decidió estudiar al deporte junto con la comunicación y el género, para determinar las características de investigación en América Latina, además de descubrir la trayectoria académica e histórica, el contexto interno y externo de producción de este tipo de conocimiento científico y caracterizar a los agentes productores de este campo.

A partir de estas investigaciones se consideró que la industria del deporte puede abordarse desde diferentes perspectivas, pero desde nuestro punto de vista consideramos necesario profundizar en el caso mexicano, resaltar los estudios elaborados por INEGI, además de consultoras privadas, adicionando este análisis con los censos económicos y multiplicadores económicos de Leontief tomando como referencias clases de actividades económicas que conforman a la industria deportiva, identificando la estructura, dinamismo, organización industrial y problemáticas, aspectos que se abordaran en el resto de la tesina.

2.2.1 Impacto económico del fútbol en el país

Murayama (2014), considera al fútbol como “entretenimiento masivo, distractor popular, fiesta colectiva, deporte de multitudes, opio del pueblo, señal de identidad, el fútbol es al mismo tiempo un gran y complejo mercado económico”.

El fútbol concentra departamentos de planeación, estrategia, compras, ventas, mercadotecnia, espacios físicos bien definidos (estadios), mercados globales algunos incluso virtuales con la participación de consorcios de comunicación comprando derechos de transmisión, compra/venta de camisetas, apuestas, además de un complicado mercado de trabajo con agentes e intermediarios, adquiriendo y poniendo a subasta a los jugadores y su talento, así como a los entrenadores.

Si bien el fútbol es sobre todo de entretenimiento, en México como ocurre prácticamente en todo el mundo se imprimen y publican a diario páginas, blogs y existen portales dedicados

especialmente al deporte, que confirma su importancia económica, por lo que requiere de las mismas herramientas que cuando se analiza otra rama o sector de la actividad económica.

Por ello las grandes consultoras, hacen la aparición no solo auditando equipos y ligas para saber su solvencia, hacer pronósticos de resultados, sino para conocer la contribución directa o indirecta del fútbol a la economía de los países, incluso llegan a tener un mayor peso que otras actividades de bienes o servicios.

De acuerdo con el estudio realizado por el Grupo de Economistas y Asociados (GEA) a petición de la LIGA BBVA MX en 2018, para conocer el impacto económico del fútbol en el país, reveló, que la actividad económica relacionada con la Industria Mexicana del Fútbol (IMXF), representa el 54 por ciento del PIB que genera toda la actividad deportiva en el país, así como el 25 por ciento del PIB generado por la industria del entretenimiento.

Además, el 78 por ciento de los mexicanos se declaran aficionados al futbol, cuya industria produce 193 mil 200 empleos y genera una derrama salarial de 25 mil millones de pesos anuales.

Figura 8



Fuente: Consultora GEA, (2018).

El valor de ventas relacionados directamente con el negocio del fútbol de acuerdo con el Sistema de Cuentas Nacionales de INEGI fue de 55 mil 800 millones de pesos en el 2018, pero sus efectos en el resto de la economía son mayores, ya que los especialistas de GEA consideran que “por cada peso que genera la Industria Mexicana de Fútbol, una cantidad similar se derrama en el resto de la economía” lo que da un valor de producción final de alrededor de 114 mil millones de pesos anuales, lo que equivale al 0.4 por ciento del valor de producción total en el país.

2.2.2 Impacto económico de eventos deportivos en la CDMX

La consultora SMG Insight TouGov realiza investigación independiente, especializada en el negocio deportivo, el patrocinio y el entretenimiento. Analizó el impacto económico de los principales eventos deportivos de la Ciudad de México en el periodo 2015-2018.


El impacto económico se evalúa bajo la suma de las siguientes directrices:

- a) Gastos e ingresos del evento, gastos de los organizadores del evento, equipos, patrocinadores, proveedores e ingresos de entradas.
- b) Gastos de los visitantes, gastos de los espectadores nacionales y extranjeros en el área local, en particular en transporte y alojamiento.
- c) Gastos indirectos, ingresos y gastos adicionales de proveedores y empleados, generados y gastados en la Ciudad como resultado de la operación del evento.
- d) Valor mediático, valor de postal atribuido durante las transmisiones de televisión.

Por lo tanto, se considerará el impacto económico total como el resultado de los gastos adicionales generados dentro de un área definida, como consecuencia de realizar un evento.

Los 32 eventos contribuyeron a un impacto económico total de 5,370 millones de dólares, un promedio de 1,340 millones de dólares por año, en promedio el impacto económico total generado por los eventos deportivos organizados en la CDMX creció un 12% por año.

Tabla 1: Impacto Económico general de 32 eventos deportivos a la Ciudad (2015-2018) (miles de millones corrientes)



	2015	2016	2017 [^]	2018 [^]
Gasto de los visitantes <i>(incluye impuestos)</i>	0.26	0.29	0.34	0.36
Gastos e ingresos del evento	0.3	0.38	0.4	0.42
Efecto multiplicador indirecto* <i>(total sin valor mediático)</i>	1.01	1.2	1.33	1.4
Valor mediático para la Ciudad de México	0.08	0.09	0.12	0.14
Retorno total del impacto económico	1.09	1.29	1.45	1.54
Cantidad de eventos monitoreados	15	22	21	17

*Multiplicador de gastos indirectos: mide los ingresos y gastos adicionales de los proveedores y empleados creados y gastados en la economía como resultado del gasto de visitantes y eventos, desde 1.55 hasta 2.44 para México según el evento. Gastos totales directos e indirectos = (Gastos de los visitantes + Gastos de los eventos) x Multiplicador de los gastos indirectos [^]Evaluación de 2017 y 2018 basada en proyecciones
Fuente: Elaboración propia con datos de SMG *Insight TouGov*, (2017).

Los gastos de los visitantes internacionales y del interior de la republica contribuyeron 1,240 millones de dólares a la economía durante los cuatro años, el 23% del total, en cambio los ingresos de las entradas y de los gastos de los organizadores de los eventos, equipos y patrocinadores sumaron 1,490 millones de dólares entre 2015 y 2018. Los 32 eventos generaron un valor mediático total de 428.1 millones de dólares en TV, contenidos en redes sociales y prensa en línea, más delante se desglosarán cada aspecto.

Al hablar de los multiplicadores, estos indican que un incremento en el producto en uno de estos sectores conlleva un mayor requerimiento de insumos los que a su vez, deberán aumentar el producto de los subsiguientes sectores originando un efecto circular sobre la estructura económica. Por ello, cuando existe una variación al alza en la demanda final, el producto en dicho sector se ve incrementado en mayor proporción. De acuerdo con esta racionalidad, las tablas de insumo-producto que cuantifican las relaciones intermedias entre sectores, permite identificar aquellos sectores cuya importancia relativa en tales interdependencias son más significativas. La idea central de este tipo de enfoque es que no

todas las actividades económicas tienen la misma capacidad de inducir impactos multiplicadores sobre otras (Schuschny, 2005).

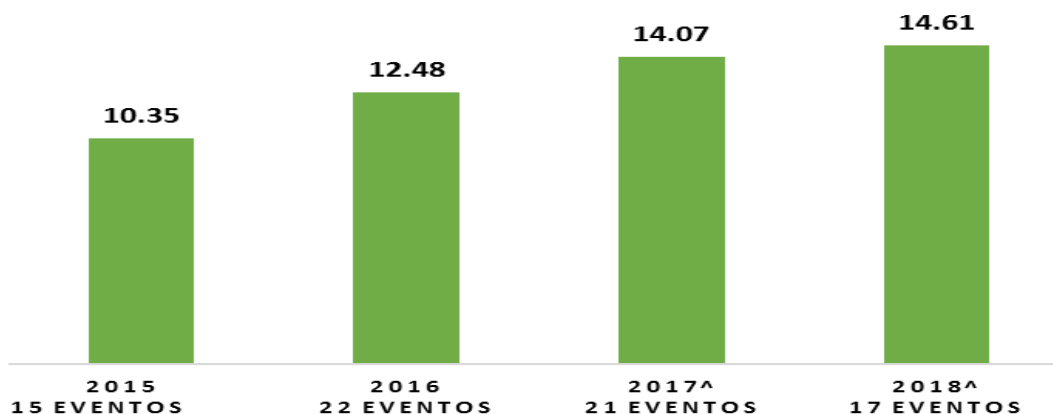
El efecto multiplicador genera efectos directos e indirectos, los directos son generados en las empresas que suministran los bienes y servicios directamente a los visitantes (artículos de ocio y servicios de transporte, comida y agencias de viaje) es decir, el impacto es interno, dentro de la empresa, por otro lado existe el efecto indirecto que son los que se producen en medida que la actividad de las empresas en este caso la industria del deporte impulsa el desarrollo de otras empresas del sistema económico (construcción, turismo, industria agroalimentaria y artesanal, manufactura, *etc.*).

En este caso en el 2015 el multiplicador indirecto fue de 1.01, lo que sugiere que por cada dólar gastado se crearon 0.01 dólares indirectamente. Los multiplicadores indirectos han aumentado en el periodo de análisis, esto indica que la interdependencia entre los sectores va en aumento, por lo que, los efectos en la demanda final de un sector se difuminan más intensamente en la economía y por tanto se tiene un impacto en otros sectores diferentes.

Los impuestos locales contribuyeron 51.5 millones de dólares al impacto económico total durante los cuatro años monitoreados, con un crecimiento promedio anual del 13% interanual. A pesar de que la cantidad de eventos monitoreados fue menor²⁷ durante 2017 y 2018, los ingresos tributarios aumentaron debido al crecimiento continuo de visitantes internacionales y nacionales a la Ciudad de México durante estos años. El gasto de visitantes nacionales alcanza un total de 458.4 mdd entre 2015 y 2018, con un crecimiento promedio de 8% interanual, mientras que el gasto de los visitantes internacionales alcanza un total de 707 mdd entre 2015 y 2018, con un crecimiento promedio del 15% interanual.

²⁷ Para 2017 y 2018 los cálculos se realizaron a través de proyecciones.

*Gráfica 3: Impuestos locales
(2015-2018)*
(millones de dólares corrientes)

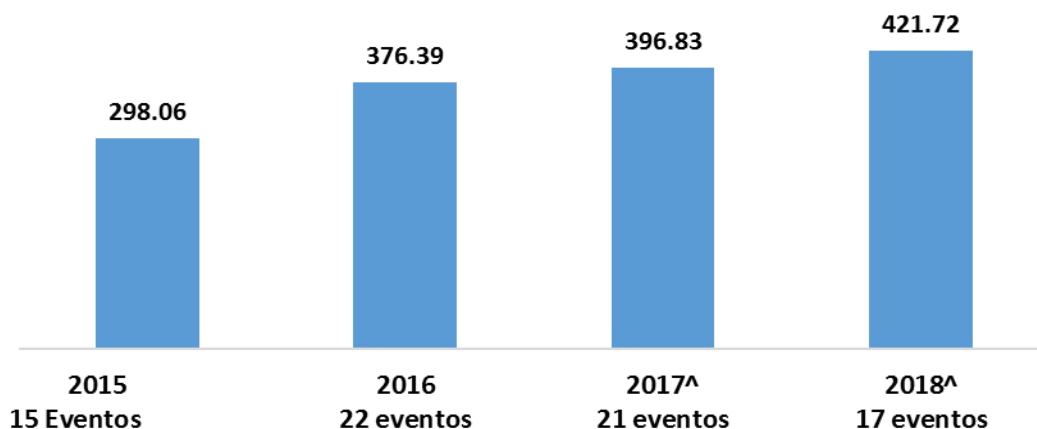


[^]Evaluación de 2017 y 2018 basada en proyecciones.

Fuente: SMG Insight TouGov, Ciudad de México, Impacto económico de la evolución deportiva, Diciembre (2017).

Los ingresos de las entradas, los gastos de los organizadores de los eventos, los equipos y los patrocinadores alcanzaron un total de 1.49 mil millones de dólares entre 2015 y 2018, un crecimiento promedio de un 12 % interanual durante los cuatro años monitoreado.

*Gráfica 4: Gastos de los eventos e ingresos de las entradas en los eventos deportivos en la Ciudad de México
(2015-2018)*
(millones de dólares corrientes)

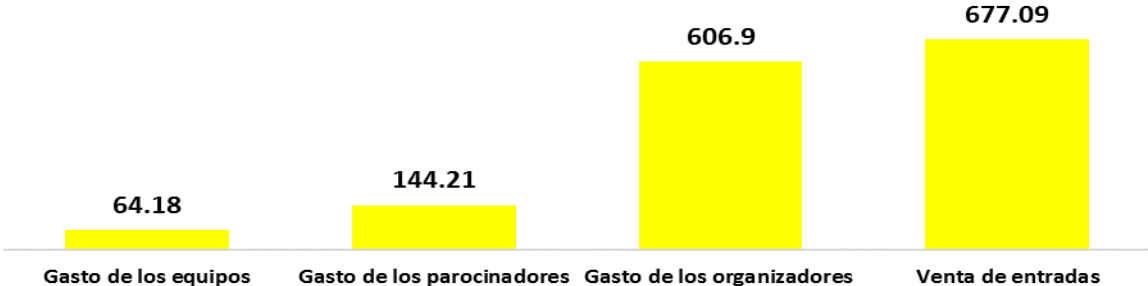


[^]Evaluación de 2017 y 2018 basada en proyecciones

Fuente: Elaboración propia con datos de SMG Insight TouGov, Ciudad de México, Impacto económico de la evolución deportiva, diciembre 2017.

Desagregándolos, los ingresos de las entradas contribuyeron 677 millones de dólares, el 45 % del total, el gasto del organizador (incluidas las tarifas de organización) es el mayor desembolso para la realización de los eventos, y brindaron una contribución total de 607 millones de dólares entre 2015 y 2018, el gasto de los patrocinadores fue de 144 millones de dólares, y en último lugar el gasto de los equipos fue el menor, con 67 millones de dólares.

Gráfica 5: Tipos de gastos e ingresos de los eventos deportivos de la Ciudad de México (2015-2018)
(millones de dólares corrientes)

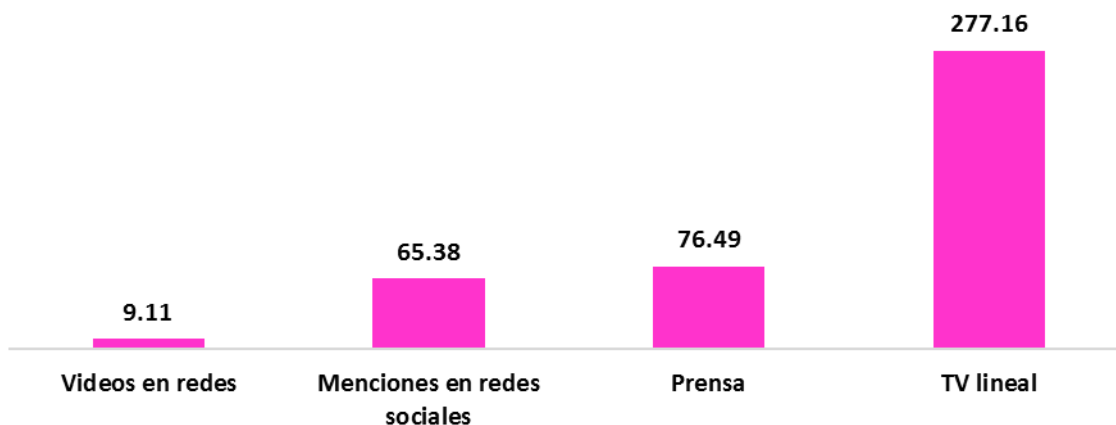


^Evaluación de 2017 y 2018 basada en proyecciones
Fuente: Elaboración propia con datos de SMG Insight TouGov, Ciudad de México, Impacto económico de la evolución deportiva, diciembre, (2017).

El beneficio de la construcción de infraestructura, el impacto directo es en sueldos, salarios, cantidad de puestos de trabajo creados para construir la infraestructura, el impacto indirecto son los gastos de terceros para construir las instalaciones (es decir alimentos/bebidas, equipos comprados para el personal), mientras en el impacto inducido se encuentran los gastos dentro de las instalaciones por los visitantes, transporte desde y hacia, etc.

Entre 2015 y 2018, los eventos que tuvieron lugar en la Ciudad de México generaron 428.1 millones de dólares de exposición mediática a través de televisión, contenido en redes sociales y prensa en línea, con un crecimiento promedio del 21% interanual.

Gráfica 6: Exposición mediática por fuente de los eventos deportivos en la Ciudad de México (2015-2018) (millones de dólares corrientes)



^Evaluación de 2017 y 2018 basada en proyecciones

Fuente: Elaboración propia con datos de SMG Insight TouGov, Ciudad de México, Impacto económico de la evolución deportiva, diciembre, (2017).

La televisión lineal²⁸ ofrece la mayor parte del valor mediático (277 millones de dólares), debido a la naturaleza *premium* de la exposición de los contenidos en la transmisión en vivo. Sin embargo, las menciones de texto y la exposición visual de la Ciudad de México en los medios de prensa en línea brindan la segunda mayor proporción de valor (el 18%), equivalente a un valor mediático de 76.5 millones de dólares. Las horas de transmisión han evolucionado de 5,880 horas en 2015 a 15,548 horas en 2018, el público total ha aumentado en 85 millones de personas en el periodo, creciendo en casi 50 por ciento (48.57%)

²⁸ La televisión lineal es aquella que se consume a la hora que se emite (el evento, programa, etc.), la que encadena o fideliza a los espectadores.

Gráfica 7

Impacto económico de la evaluación deportiva, Diciembre 2017.



Fuente: elaboración propia con datos de SMG Insight TouGov, Ciudad de México, Impacto económico de la evolución deportiva, Diciembre (2017).

La importancia de construir nueva infraestructura es evidente en las principales ciudades del mundo con proyectos a gran escala, que a menudo sirven de catalizador para una mayor reurbanización en las áreas circundantes. Al reconocer esta importancia, la CDMX emprendió y respaldó seis proyectos de construcción clave que generarán no solo impacto económico sino también una mejor calidad de vida para los residentes locales. Por ejemplo, el impacto de la infraestructura como consecuencia de costos de construcción significativos del Autódromo Hermanos Rodríguez fue de 280.3 millones de dólares.

En el transcurso de un año, 3.7 millones de residentes de la CDMX asistieron a programas deportivos y gastaron 96.7 millones de dólares para transporte en el proceso. Además, al crear 949 puestos de trabajo y utilizar 793 horas de tiempo de los voluntarios, los programas produjeron 107.9 millones de dólares en producción económica por medio de sueldos y valor en especie.

La multimillonaria industria de prendas y equipos fomenta la innovación y el comercio e impulsa la ganancia de divisas.

La organización de acontecimientos deportivos, ya sea a escala local, nacional o convirtiéndolas en lugares más atractivos para los inversores y los turistas.

A través de este estudio, se puede observar como la industria del deporte en los últimos años se ha convertido en una de las más poderosas del mundo, esto es por gran encadenamiento que tiene con las demás industrias, es un engranaje que funge como motor para el desarrollo de un país.

La industria del deporte constituye un negocio amplio que abarca desde la venta de alimentos, *souvenirs* deportivos, venta de derechos de difusión y los acuerdos de patrocinio, inversiones que reclaman sus instalaciones, los recursos de marketing y publicidad los que dan lugar sus espectáculos y concentraciones de masas. Además de la intensa presencia en la vida cotidiana de todos los ciudadanos a través de los medios de comunicación se ha transformado en beneficio económico la capacidad de despertar emociones entorno a identidades colectivas, es por ello que se ha convertido en uno de los fenómenos con mayor arraigo

2.2.3 Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico

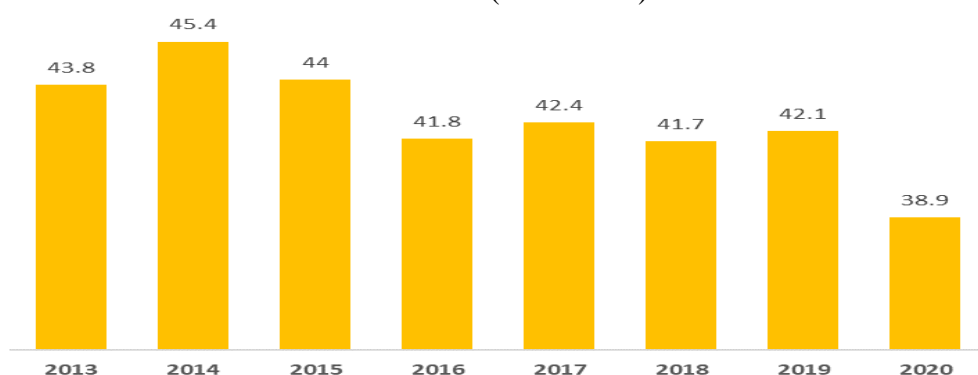
El Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF), es la encuesta realizada por el INEGI anualmente en el mes de noviembre, que cumple con el propósito de proporcionar información estadística sobre la participación de hombres y mujeres de 18 y más en la práctica de algún deporte o la realización de ejercicio físico en su tiempo libre; así como otras características de interés sobre estas actividades físicas, para la formulación de políticas públicas encaminadas a mejorar la salud y la calidad de vida de los mexicanos.

El porcentaje de la población de 18 y más años de edad en México, es un indicador clave puesto que solo el 38.9% practica algún deporte o ejercicio físico en su tiempo libre, porcentaje que no ha tenido una variación significativa en los últimos años; pero es la cifra más baja que se ha observado desde el 2013 cuando se inició, el levantamiento del Módulo. El INEGI, señaló que la situación de emergencia sanitaria por el COVID 19 que se ha vivido en el país desde marzo del año pasado, ha promovido que la población se mantenga en aislamiento respetando las medidas de distanciamiento social sumado a las restricciones de ingreso a parques con espacios deportivos y centros deportivos públicos y privados.

Esta situación reafirma la necesidad de diseñar y orientar políticas públicas al fomento del deporte y ejercicio físico, ya que, según la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (ENSANUT 2018), la obesidad y el sobrepeso en México aumentó de un 71.3 por ciento en 2012 a 75.2 por ciento en 2018.

Esto indica que la industria deportiva es un sector clave de inversión, pues a través de esta, no solo se genera un impacto en la economía de la producción y comercialización de productos y espectáculos, sino también en el sector de la salud, ya que el sedentarismo contribuye al sobrepeso y al desarrollo de enfermedades como son diabetes e hipertensión (ENSAUT 2018), lo que se traduce en gasto de atención a estas enfermedades para el gobierno, según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), una persona con sobre peso gasta 25% más en servicios de salud.

Gráfica 8: Porcentaje de la población de 18 y más años de edad activa físicamente. (2013-2020)



Fuente: elaboración propia con datos de INEGI. Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF), 2013-2020.

De la población que realiza deporte o ejercicio físico en su tiempo libre, los datos muestran que el porcentaje de activos físicamente es mayor en los hombres (43.8%), mientras que en las mujeres (34.4%), diferencia que tampoco ha variado en los últimos siete años. Este fenómeno es generalizado ya que, en países como España, según su Encuesta de Hábitos deportivos en España 2020, también se ve reflejada una notable diferencia entre la práctica deportiva por sexos, es superior la cifra de los hombres que la práctica actividad deportiva con 65.5%, frente al 47.5% de mujeres.

La actividad física y el deporte proporcionan beneficios económicos significativos a través del incremento de productividad, estimando que un dólar (US\$1) en el gasto de la actividad física resulta en un ahorro de tres dólares con veinte centavos (US\$ 3.20) en costos médicos (Pratt, Mancera y Wang, 2000).

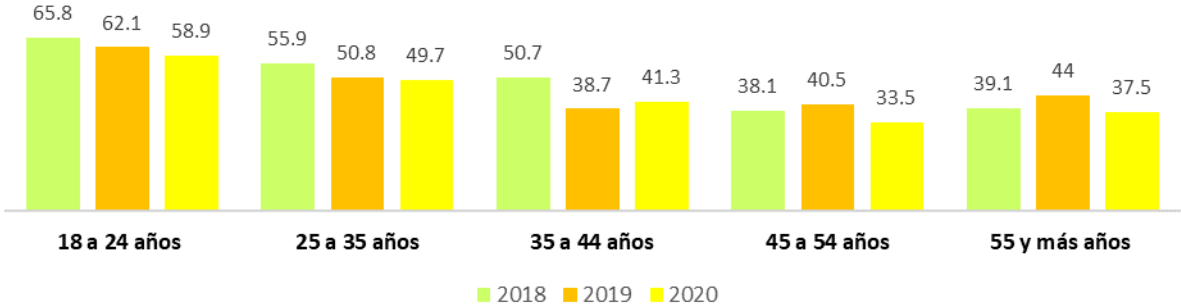
La correlación entre el incremento en las enfermedades (diabetes, obesidad, enfermedades psicológicas) y el descenso en la actividad física requiere que el deporte se convierta en una prioridad en las políticas por los Gobiernos y de los participantes a los que les concierne en todos los niveles y en todos los sectores. Datos de la Organización Mundial de la Salud (2010), revelando que al menos un 60% de la población mundial no realiza la actividad física necesaria para obtener beneficios para la salud, constituyéndose en el cuarto factor de riesgo más importante de mortalidad en todo el mundo, “De hecho, 30 minutos diarios de ejercicio

físico de intensidad moderada cada día o durante casi todos los días de la semana proporcionan beneficios de salud importantes” (Jacoby, Bull, y Neiman, 2003, p.223).

Por grupos de edad, para los varones, se identifica que conforme se avanza en el grupo de edad disminuye la participación en la práctica físico-deportiva; destaca que casi el 60% de los hombres en el rango de 18 a 24 años de edad fueron activos físicamente en los últimos 3 años, le siguen los del grupo de 25 a 34 años donde poco más de la mitad de ellos también se ubicaron en esta condición, un dato que llama la atención es la drástica caída en el rango de edad de 35 a 44 años, de 2018 a 2019 bajo 20 puntos porcentuales y para 2020 este tuvo una recuperación de solo 10 por ciento.

Gráfica 9: Distribución porcentual de la población masculina de 18 y más años de edad, por condición de práctica físico-deportiva según grupo de edad.

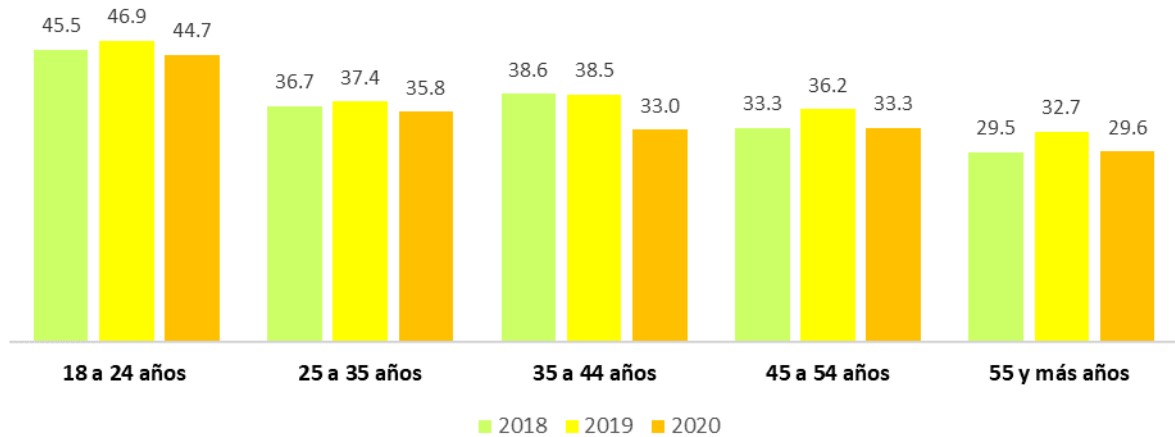
(2018-2020)



Fuente: elaboración propia con datos de INEGI. Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF), 2018-2020.

En el caso de la población femenina, las más jóvenes representaron la mayor proporción de actividad física, en segundo lugar, está el rango de los 25 a 35 años, grupo donde 4 de cada 10 mujeres realizó práctica físico-deportiva en su tiempo libre.

Gráfica 10: Distribución porcentual de la población femenina de 18 y más años de edad, por condición de práctica físico-deportiva según grupo de edad. (2018-2020)



Fuente: elaboración propia con datos de INEGI. Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF), 2018-2020.

Aunque más difícil de comprobar estadísticamente, la demanda deportiva más elevada se da entre los solteros (sobre todo, los más jóvenes), ya que disponen de más tiempo libre y buscan el deporte sobre todo para establecer relaciones sociales²⁹.

México tiene una pirámide poblacional invertida, es decir, de 0 a 14 años son el 27.26% de la población, mientras que de 15-24 años son 17.72%, de 25-54 años son el 40.69%, de 55-64 es solo un 7.41% y de 65 años en adelante son el 9.93%, además de una esperanza de vida creciente. Lo que llevará a un tipo de sociedad donde coexistirían cinco generaciones

De lo anterior, resultan las siguientes consecuencias para el desarrollo de la demanda deportiva: el potencial de los jóvenes que practican deporte y el de los que tienen entre 21 y 30 años va a retroceder; por el contrario, el potencial de los que tienen entre 31 y 40 años va a experimentar una fuerte subida. El deporte se convierte cada vez más en la elección de tiempo libre para los adultos, volviéndose una práctica habitual.

Según el INEGI, los resultados indican que el nivel de escolaridad se relaciona de forma directa con la participación en la actividad física. A mayor nivel educativo aumenta el porcentaje de población que declaró realizar práctica físico-deportiva. De la población de 18 y más años de edad que no ha concluido su educación básica la proporción de activos

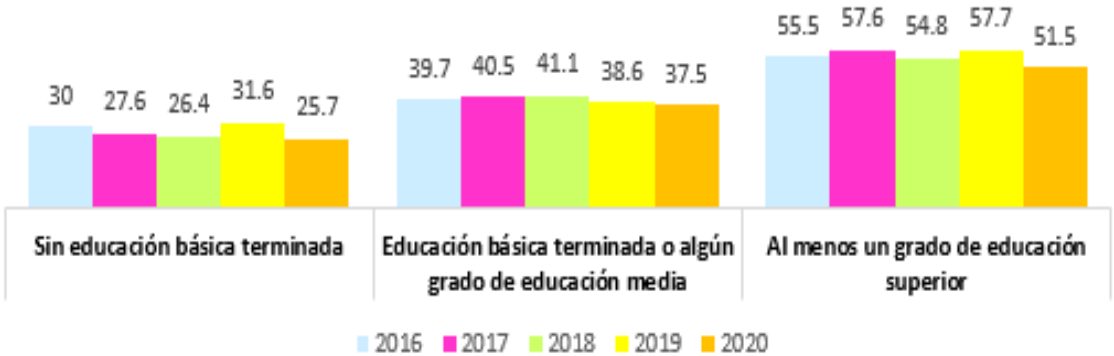
²⁹ Heinemann, K., *Introducción a la Economía del deporte*, (1998), p.98

físicamente es de 25.7% y esta cifra ha disminuido 4.3 por ciento desde 2016 exceptuando al 2019.

Mientras que poco más de la mitad (51.5%) de quienes tiene al menos un grado de educación superior realizan actividad física, esto muestra la importancia de promover principalmente entre las personas con menor escolarización los beneficios de la práctica físico-deportiva para la salud. Se cree que esto se debe a que con mayor grado de educación se tiene una mayor conciencia del cuidado del cuerpo y la salud, aunque esta teoría es muy ambigua³⁰.

Respecto a la relación de la práctica físico-deportiva según la condición de actividad económica, se encontró que la proporción de activos físicamente es parecida entre la población de 18 y más años de edad económicamente activa y aquella que no lo es, siendo de 43.8 y 39.8%, respectivamente.

Gráfica 11: Distribución porcentual de la población de 18 y más años de edad por nivel de escolaridad según condición de practica físico-deportiva en tiempo libre. (2016-2020)



Fuente: elaboración propia con datos de INEGI. Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF), 2013-2020.

El 60% de la población activa físicamente realiza deporte o ejercicio físico en instalaciones o lugares públicos (menor que en los levantamientos de 2018 y 2019 con 68.3% y 66%, respectivamente). La proporción de quienes declararon realizarlo en una casa o domicilio particular aumentó (28.8%) y disminuyó el porcentaje de quienes practican en instalaciones privadas (11.2%, contra 23.9% en 2019 y 25.6% en 2018).

³⁰ Chan, M. *La educación y la salud están íntimamente unidas*, OMS, 2010

Por otra parte, considerando el nivel de suficiencia de la actividad física (frecuencia, duración e intensidad), se identificó que de la población de 18 y más años de edad activa físicamente, el 49.1% corresponde a quienes desarrollan un nivel adecuado de actividad física para obtener beneficios a la salud (mínimo 30 minutos diarios) y 47.2% se ejercita por debajo del nivel requerido.

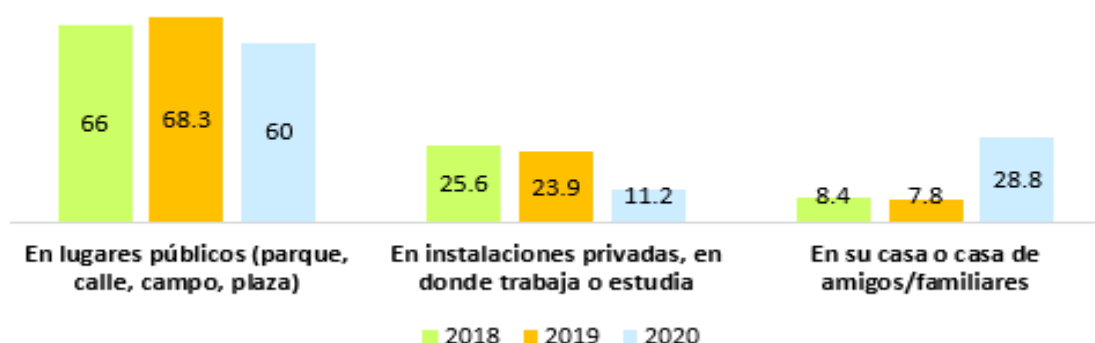
De la población que realiza ejercicio en instalaciones privadas, 67.8% tiene un nivel adecuado de práctica físico-deportiva lo que les permite obtener beneficios a la salud; mientras que de aquella población que practica ejercicio o deporte en lugares públicos 55.9% alcanzan el nivel de suficiencia, esto sugiere que las personas que asisten a instalaciones privadas consiguen con mayor facilidad el nivel suficiente de actividad física que los que realizan actividad en instalaciones públicas.

El 43.8% de los hombres declaró que practica algún deporte o realiza ejercicio físico en su tiempo libre, mientras que, en el caso de las mujeres, la cifra fue de 34.4%, lo cual también puede estar asociado a la sobrecarga de trabajo del hogar que han sufrido tras la llegada de la pandemia.

De igual forma, los hombres destinan más tiempo a la semana al ejercicio, con un promedio de 6 horas, y las mujeres 4 horas 55 minutos. En el caso de los hombres, esta cifra significó un incremento de 30 minutos respecto de la registrada en 2019. A pesar de dedicar más tiempo, el porcentaje de mujeres que alcanzan el nivel de suficiencia es mayor que el de los hombres, ya que el 59.7% alcanzan el nivel de suficiencia, mientras que los hombres lo consiguen un 55.7 por ciento.

En cuanto al horario para la práctica de algún deporte o ejercicio físico, el 39.8% de la población prefiere realizar esta actividad en la mañana, 26.4% en la tarde, 19.5% por la noche y el 12.9% en cualquier momento del día.

Gráfica 12: Distribución porcentual de la población de 18 y más años de edad activa físicamente en tiempo libre, por lugar de practica físico-deportiva. (2018-2020)



Nota: La opción en instalaciones privadas, en donde trabaja o estudia, incluye el Otro
 Fuente: elaboración propia con datos de INEGI. Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF) 2018-2020.

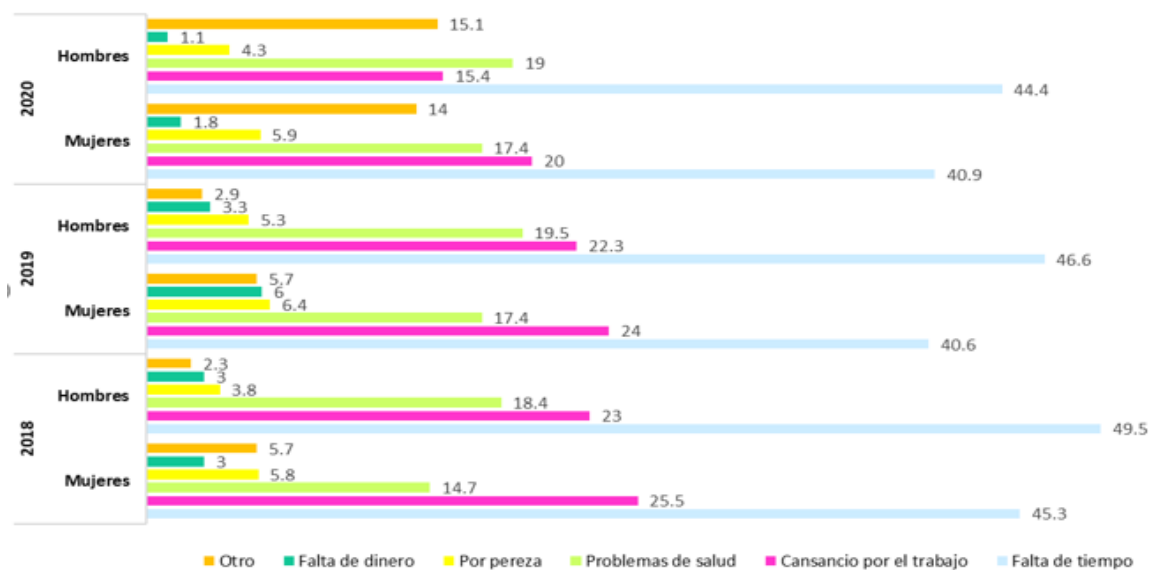
El 61.1% de la población de 18 y más años de edad declaró ser inactiva físicamente. De este grupo, 71.7% alguna vez realizó práctica físico-deportiva mientras que 28.3% nunca ha realizado ejercicio físico. Es importante señalar que en países de la Unión Europea se ha demostrado que tiene un impacto significativo la “herencia del deporte”, pues al menos el 34.2% de la población que realiza actividad deportiva manifestó que, al menos uno de sus padres practica o ha practicado esta actividad³¹.

En cuanto a las razones para no hacer ejercicio o abandonarlo, la principal fue la falta de tiempo (44.4%); en segundo lugar, los problemas de salud (19%) y en tercer lugar estuvo el cansancio por el trabajo (15.4%), el porcentaje de Otro se incrementó, debido a que la población entrevistada refirió a la pandemia como razón para no poder realizar práctica físico-deportiva. En su diferenciación por sexo, se identifica que estas mismas tres razones prevalecen tanto para hombres como para mujeres, solo con ligeras diferencias en cuanto a su peso porcentual.

El 70% de la población que realiza práctica físico-deportiva en tiempo libre señaló que lo hace por salud. Esta proporción aumentó con respecto a 2019 y disminuyó la de las personas que lo realizan por diversión o para verse mejor.

³¹ Encuesta de Hábitos deportivos, España, 2020.

Gráfica 13: Distribución porcentual de la población de 18 y más años de edad inactiva físicamente que alguna vez realizo practica físico-deportiva por sexo, según razón de abandono.
(2018-2020)



Nota: La opción de respuesta “Otro”, incluye inseguridad en su colonia, falta de instalaciones y otros motivos.

Fuente: elaboración propia con datos de INEGI. Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF) 2013-2018.

Debe considerarse que, en México la esperanza de vida es cada vez mayor. Para 2019 según datos de la Conapo fue de 75.2 años en promedio, 9 años más que hace 40 años y para 2030 se estima que sea de 76.7 años, lo que se traduce en un aumento de lapso temporal durante el cual el individuo puede practicar y, en consecuencia, demandar deporte.

Un aspecto importante es que, a mayor grado de urbanización, hay índices superiores de prácticas deportivas, se deben tomar en cuenta los cambios estructurales en la población que se darán en los próximos años como ya se mencionó y utilizarlo como una estrategia de desarrollo a través de políticas públicas.

Existe heterogeneidad en los grupos de personas que practican deporte, cada vez se involucran nuevos grupos de personas, adultos mayores, personas con alguna discapacidad, más mujeres, etc., cada uno de estos grupos tienen diferentes motivaciones, disponibilidad, nivel de rendimiento e intereses, esto también significa un reto en la política de programas y de ofertas, pues cada grupo debe de ser identificado y captado de distinta manera.

La inactividad física, sumada a malos hábitos alimenticios, son principales factores de riesgo para el desarrollo de obesidad y enfermedades crónico-degenerativas, importantes causas de muerte en nuestro país. Esta situación pone retos de carácter ineludible, implica cambiar el enfoque de las políticas deportivas y presupuesto asignado, debe de existir un fortalecimiento en el modelo de prevención de enfermedades y promoción de salud a través del deporte con el fin de aumentar el bienestar de la población y disminuir enfermedades que representan un grave riesgo para la sociedad y la sustentabilidad financiera del Sistema Nacional de Salud.

Capítulo 3. Estudio empírico para el caso mexicano

A pesar que a nivel internacional la industria del deporte es un tema de investigación novedoso en el campo de política económica y de la economía aplicada, en nuestro país no ha tenido aun un desarrollo suficiente.

Para analizarla en el caso mexicano se utilizaron los Censos Económicos, que son una parte importante de la estadística básica, ya que tienen la cobertura sectorial, geográfica y temática más amplia y completa disponible en nuestro país. Esto permite analizar la información a través de múltiples vertientes, como son: agrupaciones sectoriales, estratos de personal ocupado total, índices de concentración, cocientes de localización de actividades económicas, asimismo sirve de insumo a otros programas estadísticos, por citar algunos casos.

Siguiendo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), clasificador que se utiliza para ordenar la información censal, esta agrupación permite estudiar actividades en un contexto amplio, de acuerdo con las características de los sectores de actividad que conforman el aparato productivo haciendo posible la planeación, elaboración y evaluación de políticas públicas orientadas a la promoción de la competitividad, la productividad y el empleo. Este sistema presenta un nivel de desagregación a nivel sector (dos dígitos), subsector (tres dígitos), rama (cuatro dígitos), subrama (cinco dígitos) y clase (seis dígitos).

Para efectos de nuestro trabajo, se analizaron los Censos Económicos 2008 y 2018 logrando un panorama detallado de las características de los establecimientos micro (0 a 10 trabajadores), pequeños (11 a 50 trabajadores), medianos (51 a 250 trabajadores) y grandes (250 y más trabajadores). Para la industria deportiva se consideraron tres sectores con un nivel de desagregación a dos dígitos del SCIAN:

- Sector 31-33 Industria Manufactura
- Sector 61 Servicios Educativos
- Sector 71 Servicios de esparcimiento, culturales y deportivos, y otros servicios recreativos

De los cuales se desprenden 11 clases de actividades económicas (seis dígitos del SCIAN) que se contemplaron para el análisis de la industria deportiva:

- Clase 339920 Fabricación de artículos deportivos
- Clase 611621 Escuelas de deporte del sector privado
- Clase 711211 Deportistas profesionales
- Clase 711212 Equipos deportivos profesionales
- Clase 711311 Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos
- Clase 711320 Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos
- Clase 711410 Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares
- Clase 713910 Campos de golf
- Clase 713941 Clubes deportivos del sector privado
- Clase 713943 Centros de acondicionamiento físico del sector privado
- Clase 713992 Clubes o ligas de aficionados

La industria deportiva en México se abordó desde distintos indicadores, primero se analizó desde su dinámica a través de indicadores como: valor agregado bruto, población ocupada y productividad, posteriormente el enfoque se hizo hacia la estructura de la industria por medio del valor agregado, número de establecimientos y población ocupada, por último se recurrió a indicadores de organización industrial como, tamaño promedio de establecimiento, índice de concentración ramal 8% (C8), densidad de capital, productividad laboral y margen (tasa de rentabilidad).

Las cifras de las tablas se encuentran en pesos constantes de 2013 y las tasas de crecimiento promedio anual provienen de cifras originales expresadas en millones de pesos constantes de 2013. Los totales de la industria deportiva se estimaron con respecto a los valores de cada clase que lo conforman.

Por otro lado, las aplicaciones de la matriz insumo producto para la evaluación de políticas, el análisis del perfil productivo de una economía o la planificación económica son diversas y no del todo conocidas, por ello se consideró necesario estudiar los multiplicadores de

producto de la industria deportiva, se necesitaron los datos de relaciones intersectoriales tal como aparecen en las Matrices Insumo Producto que se obtuvieron de INEGI, la última versión disponible de la MIP es la que refleja las relaciones de la economía del año 2013.

Se tomó como base la Matriz simétrica domestica de insumo producto por producto por sector y clase de actividad, coeficientes directos e indirectos por unidad de demanda final, que en su versión original reporta 20 sectores (2 dígitos del SCIAN) y 822 clases (6 dígitos SCIAN).

El concepto multiplicador tiene su origen en la búsqueda de los efectos de las variaciones en la demanda final de cada sector que impulsan sobre el conjunto de la economía, dada la interdependencia existente entre estos, un aumento de la producción en uno de ellos, implica una mayor demanda de insumos, los que deben a su vez aumentar su producción con los consiguientes efectos circulares sobre el sistema a través de las reacciones en cadena que van disminuyendo de importancia conforme se transmite, incluyendo la del sector en el que se inició el proceso.

3.1 Censos Económicos

Como se verá a lo largo de este apartado la industria deportiva tiene alta tasa de rentabilidad, superior poder de mercado, el cual se ve reflejado en algunas de sus clases en sus niveles de concentración, las barreras a la entrada y elevada tasa de rentabilidad.

3.1.1 Dinámica

El objetivo de estudiar la dinámica de la industria es comprender la manera de organización y como este afecta su desempeño, para ello se considera a la industria como un todo, para poder percibir todas sus interacciones. La operación de una empresa se realiza ejecutando una diversidad de funciones tales como producción, distribución y comercialización, se consideran elementos como trabajadores, valor agregado bruto y productividad laboral.

A través de estos elementos, se logró determinar el dinamismo de la industria deportiva en comparación con el total nacional y determinar en que se basa este crecimiento, es decir, cuál es su fuente y si esta es extensiva, si el crecimiento se basa en la población ocupada o intensiva, basada en la productividad laboral.

Durante la década 2008-2018, el valor agregado bruto tuvo una tasa de crecimiento promedio anual de 2.3 por ciento a nivel nacional y la industria deportiva de 4.39 por ciento, casi el doble que la cifra presentada por el conjunto de la economía. Es decir, la industria deportiva tuvo mayor dinamismo en el valor agregado en la década 2008-2018.

Mientras que el crecimiento promedio anual por tamaño de unidad económica en la industria deportiva fue el siguiente, las micro tuvieron una tasa de 0.86%, las pequeñas presentaron un crecimiento negativo de -1.56%, la mediana 6.17%, mientras que las que tuvieron la mayor tasa fueron las empresas grandes con 10.68%.

A nivel nacional, el dinamismo del aporte de valor agregado por tamaño de empresa se comportó al contrario de la industria deportiva, la mayor tasa de crecimiento promedio anual la tuvieron las microempresas con 16.61%, las pequeñas 5.04%, las medianas 3.49% y las grandes tuvieron una tasa negativa de -0.69%.

A pesar que en cifras totales la industria deportiva tuvo una tasa promedio anual de valor agregado mayor que el conjunto de la economía, al analizar por tamaño de unidad económica estas tasas no fueron tan dinámicas, los valores de estas respecto a los del total nacional fueron contradictorios, puesto que, el mayor crecimiento se registró en las empresas grandes en la industria deportiva en contraste con el total nacional donde las empresas grandes presentaron una tasa negativa y destacaron las microempresas con el mayor crecimiento.

La población ocupada en la industria deportiva paso de 104,684 personas en 2008 a 157,105 personas en 2018, a nivel nacional el aumento en la década fue de 7,016,093 personas, en ambos casos se incrementó; se registró una tasa de crecimiento promedio anual de 3% nacional y 2.19% en la industria deportiva.

Siguiendo las tasas de crecimiento promedio anual de población ocupada en la década (2008-2018) se registró el mayor dinamismo en ambos casos en las empresas micro, con 15.01% y 0.95% respectivamente.

Las empresas medianas de la industria deportiva y las grandes de la economía en su conjunto tuvieron tasas similares 1.18% y 1.24%, en cambio las empresas pequeñas en ambos casos decrecieron (-8.14% y -1.80%), las empresas grandes de la industria deportiva y las medianas del total nacional también tuvieron tasas negativas (-1.35 por ciento y -1.67 por ciento).

En el periodo 2008-2018 el número de establecimientos de la industria deportiva en México creció en promedio anual 5.8 por ciento, en el 2018 se integró por 32,026 unidades económicas que representaron el 0.67% de los establecimientos nacionales, participación que aumentó 0.18 puntos porcentuales respecto al 2008.

Las empresas de la industria deportiva que presentaron tasas promedio anual de población ocupada positivas, fueron las micro y medianas con 0.95% y 1.18%, mientras que las pequeñas y grandes empresas tuvieron tasas negativas (-8.14% y -1.35% respectivamente).

En la economía en su conjunto, el único tamaño de empresas que tuvieron una tasa de crecimiento promedio anual positiva fueron las micro (16.14%), mientras que las pequeñas tuvieron casi la misma tasa, pero negativa (-15.90%), mientras que las medianas también cayó su crecimiento (-27.97%) y las empresas grandes fueron las que sufrieron la mayor caída (-33.86%). Es importante que en ambos casos el tamaño de unidad económica micro fue la que presentó mayor dinamismo al ser la única que tuvo una tasa de crecimiento promedio anual positiva.

Al hablar de la *productividad laboral*, se observó que en el conjunto de la economía la tasa de crecimiento promedio anual fue de -0.01 para la década, paso de 322 mil pesos a 290 mil pesos, la industria deportiva en el 2008 tuvo una productividad laboral de 95 mil pesos y un alza de más del doble en la década alcanzando los 238 mil pesos, con una tasa de crecimiento promedio anual de 0.10 por ciento.

En la década, las empresas micro a nivel nacional tuvieron una tasa negativa (-1%), el mayor dinamismo se registró en las empresas medianas (7%), seguido de las grandes (5.3%) y las pequeñas (1.4%); en comparación con la industria deportiva las empresas micro, pequeñas y medianas tuvieron tasas de crecimiento promedio anual negativas, incluso la de las empresas micro fue menor a la registrada a nivel nacional (-5.6%), las únicas empresas que tuvieron una tasa positiva fueron las grandes con solo 1%.

La dinámica de crecimiento de la economía nacional es extensiva, es decir, el crecimiento de la población ocupada es mayor que la productividad laboral, por lo tanto, su crecimiento se basa en la población ocupada, el crecimiento de la industria deportiva tiene el mismo comportamiento.

Cabe señalar que al analizar la industria deportiva y el conjunto de la economía por tamaño de empresa se encontró que las tasas de crecimiento promedio anual fueron mayores en la productividad laboral que en la población ocupada para la economía total.

Por lo que se puede concluir que el crecimiento en general de la economía en su conjunto es extensivo, pero si se analiza por tamaño de empresa encontramos que exceptuando a las empresas microeconómicas, todos los demás tamaños tuvieron una tasa de crecimiento promedio anual de productividad laboral positiva y superior a la población ocupada, por lo tanto bajo este criterio su crecimiento fue intensivo, es decir basado en la productividad laboral, mientras que la industria deportiva analizada desde esta perspectiva se confirma su crecimiento basado en el crecimiento de la población ocupada.

Tabla 2: Comparativo de indicadores de dinámica de la industria deportiva y total nacional (2008-2018)

	Total Nacional		Industria Deportiva		Tasa de Crecimiento*	
	2008	2018	2008	2018	Total Nacional	Industria deportiva
Valor Agregado Bruto (miles de pesos)	6,469,627.43	7,860,327.02	9,296.07	21,089.17	2.3	4.39
Población Ocupada	20,116,834	27,132,927	104,684	157,105	3	2.19
Productividad Laboral (miles de pesos)	322	290	95	238	-0.01	0.10

Nota: cifras originales expresadas en millones de pesos constante de 2013.

Fuente: elaboración propia con base en Censos Económicos 2009, 2014, 2019 (INEGI, 2020).

3.1.2 Estructura

Entender la estructura que existe detrás de una empresa, contribuye decisivamente a determinar las reglas competitivas y también las estrategias a las cuales puede tener acceso la empresa, esto significa que consiste esencialmente en relacionar una empresa con su

entorno, en este caso conocer la participación relativa de la industria deportiva respecto al conjunto de la economía nacional.

El Valor agregado bruto se incrementó en ambos casos entre 2008-2018, tanto en el total nacional como en la industria deportiva, la participación de la industria deportiva respecto al total nacional en 2008 fue de 0.14 por ciento, mientras que para el 2018 esta cifra casi se duplicó (0.27%), pero sin llegar a ser significativo, ya que fue menor al uno por ciento del total de la economía.

En 2008 el valor agregado bruto de la industria deportiva, provenía principalmente de las empresas medianas (35.38%), en segundo lugar, las pequeñas (24.93%), mientras que las grandes aportaron 23.27% y las micro sólo 10.61%.

Para este mismo año, a nivel nacional el mayor porcentaje fue generado por las unidades económicas grandes 71.15%, las medianas 16.11%, las pequeñas 8.92% y las micro 3.83%.

A pesar de que las empresas medianas de la industria deportiva eran las que aportaban mayor valor agregado a ésta, sólo representaron el 0.32 por ciento del valor agregado de las empresas medianas del total de la economía, aporte que aumentó en 2018 a 0.41 por ciento.

En el 2018, el aporte del valor agregado de las micro empresas de la industria deportiva disminuyó más de la mitad llegando a 5.10%, de igual manera las pequeñas tuvieron una drástica caída hasta 9.34%, mientras que las medianas volvieron a ser las mayores generadoras de valor agregado bruto con 28.38% a pesar de la disminución respecto al 2008, las empresas grandes fueron las únicas que crecieron aportando 5.02% más que en 2008.

La economía nacional conservó en primer lugar a las empresas grandes, aunque este aporte descendió 16.48 por ciento en la década y en los otros tamaños aumento, 2.58% en las medianas, 3.08 % en las pequeñas y 10.82% en las micro.

El aporte de valor agregado por tamaño de empresa tuvo discrepancias entre el total nacional y la industria deportiva, las empresas grandes fueron las principales proveedoras de valor agregado bruto para el conjunto de la economía durante la década, mientras que en la industria deportiva el mayor aporte provino de las empresas medianas.

A pesar de esto, en el 2008 la población ocupada de la industria deportiva, se concentró principalmente en las empresas pequeñas (36%) y fueron casi el uno por ciento (0.93%) del total nacional de empresas pequeñas, para 2018 las empresas medianas registraron la mayor cifra de población ocupada 28,158 personas y representaron el 17.93% del total de la industria deportiva y representaron el 0.58% de las empresas medianas a nivel nacional coincidiendo con la mayor generación de valor agregado.

A diferencia de la industria deportiva en el conjunto de la economía, en 2008 el 38.29% de la población ocupada se empleó en las empresas grandes al igual que la producción de valor agregado, esta distribución se transformó para 2018, puesto que en el primer lugar se ubicaron las empresas medianas con 37.17% de la población ocupada y pasaron a segundo lugar las empresas grandes con el 32.12% del total.

El 0.52 por ciento de la población ocupada total en el 2008 correspondía a la industria deportiva, cifra que aumentó 0.06 por ciento en 2018, en cifras la población ocupada en la década paso de 104,684 a 157,105 personas ocupadas.

Ahora se aborda cómo se distribuyó esa población ocupada, en el 2008 la mayoría de los establecimientos de la industria deportiva fueron empresas micro 47.55%, mientras que en el total nacional la mayor proporción se ubicó en las pequeñas 29.34%.

Al comparar la participación de la industria deportiva respecto al total nacional por tamaño empresa, se encontró que las micro concentraron la mayor proporción de establecimientos, pero representaron solo el 1 por ciento (0.97%) del total nacional de las empresas micro, mientras que las pequeñas 0.07%, medianas 0.03% y grandes 0.01%.

Para el 2018 la industria deportiva mantuvo la concentración de establecimientos en el tamaño micro (30.78%), en el conjunto de la economía nacional hubo un drástico cambio, ya que el 94.9% de los establecimientos ahora fueron micro.

La industria deportiva se conformó por 2.34% de establecimientos pequeños, 0.84% medianos y solo 0.28% grandes, valores que no tuvieron una brecha importante con el conjunto de la economía, cabe resaltar que existió una drástica polarización a nivel nacional, pues los establecimientos micro pasaron del 27.41% a casi 95%, mientras que los pequeños disminuyeron 25.31%, los medianos 24.57%, y los pequeños 17.62%.

Un aspecto sobresaliente en la década, es que la participación relativa de la industria deportiva respecto al total nacional de los establecimientos medianos paso de ser 0.03% en el 2008 a 4.64% en el 2018, caso similar ocurrió en los pequeños pues el aumento fue de 3.50 por ciento y a pesar de la mayoría de los establecimientos de la industria deportiva fueron micro al igual que en el 2008, la participación relativa descendió 0.81 por ciento.

Al analizar la década a través de estos indicadores de estructura: población ocupada, establecimientos y valor agregado podemos notar que la participación de la industria deportiva respecto al total nacional no es significativa, tanto en 2008 como en 2018 se encuentran por debajo del uno por ciento; pero la estructura interna respecto a tamaño de empresa se transformó en el periodo además de ser diferente entre ambas.

El valor agregado bruto en el periodo en ambos mantuvo sus primeros lugares, pero en el caso de la industria deportiva todos los tamaños de empresa exceptuando a las grandes bajaron su porcentaje de aportación, en contraste a nivel nacional todas las empresas aumentaron su porcentaje excepto, las grandes que fueron las principales proveedoras de valor agregado.

En la población ocupada existieron discrepancias en 2008, mientras que para el total nacional las empresas grandes fueron las máximas empleadoras, para la industria deportiva fueron las empresas pequeñas, pero en el 2018 coincidieron en que las empresas medianas concentraron el mayor porcentaje de población ocupada.

Los establecimientos del conjunto de la economía pasaron de una distribución más menos equilibrada respecto al tamaño de empresa en 2008 a una total polarización para 2018, a pesar de ello la industria deportiva ganó terreno aumentando su participación en las empresas pequeñas y medianas en 2018.

Tabla 3: Estructura del conjunto de la economía y de la industria deportiva (2008-2018)

	Total Nacional		Industria Deportiva		Participación relativa	
	2008	2018	2008	2018	2008	2018
Valor Agregado Bruto (miles de pesos)	6,469,627.43	7,860,327.02	9,296.07	21,089.17	0.14	0.27
Población Ocupada	20,116,834	27,132,927	104,684	157,105	0.52	0.58
Establecimientos	3,724,019	4,800,157	18,152	32,026	0.49	0.67

Nota: cifras originales expresadas en millones de pesos constante de 2013.

Fuente: elaboración propia con base en Censos Económicos 2009, 2014, 2019 (INEGI, 2020).

3.1.3 Organización Industrial

Las fronteras entre empresas y mercados son cada vez menos claros, lo que explica la flexibilidad y relevancia del análisis de la organización industrial. La complejidad de la industria deportiva y su escala mundial hizo presente la necesidad de profundizar la investigación de la organización industrial y comportamiento estratégico de la industria deportiva en México, conocer las formas de organizar el trabajo y la producción, como se ha conformado a través de la década 2008-2018, además de compararlo con el conjunto de la economía.

Es importante mencionar que a nivel nacional durante el 2008 en promedio se emplearon a 5 *personas por establecimiento* y en la industria deportiva 6, en las empresas medianas y grandes la diferencia fue notoria; en las unidades económicas medianas se ocupaban en promedio 5 personas a nivel nacional mientras que en la industria deportiva 13, en las empresas grandes la industria deportiva empleó 63.6% más comparado con el promedio a nivel nacional.

Para 2018 la historia se invirtió, las cifras en las unidades económicas grandes enfrentaron una brecha de 51.64 por ciento, a nivel nacional se produjeron 819 empleos por unidad económica, mientras que en la industria deportiva solo 396. En los otros tamaños de unidades económicas la relación se mantuvo entre 1 y 2 puntos de diferencia.

Los índices de concentración permiten conocer el grado de diseminación o dispersión de la producción bruta total; es decir, que aquella producción que se realiza por muchos establecimientos productores. Para efectos de este estudio se utilizó el índice de concentración C8 de la producción bruta total 2018 y 2013³² que se refiere a la participación que tienen las 8 unidades económicas con mayor cantidad de producción bruta total en las diferentes variables estudiadas, como una medición del nivel de concentración económica.

Al analizar el conjunto de la economía en el 2013 el índice de concentración ramal a 8% (C8), fue de más del 50 por ciento (51.73%), lo que significa que toda la producción bruta se concentró en ocho o menos establecimientos, esto muestra que existen fuertes barreras a la entrada a nivel nacional. Para 2018, el índice C8 bajó a 38.49%, esto se entiende como una relajación de las barreras a la entrada.

La industria deportiva para 2013, reunió el 48.86% de la producción bruta total, por lo tanto, al igual que a nivel nacional es una industria con alta concentración e importantes barreras a la entrada, en 2018 esta condición se hizo más evidente, pues el índice subió a 50.23% de la producción bruta total, en contraste con el total nacional, las barreras a la entrada se intensificaron en la década.

La densidad de capital relaciona el activo fijo con el personal ocupado censal, ayuda a estimar la inversión necesaria para crear un puesto de trabajo, este tiene implícitos factores como la calificación de la fuerza de trabajo, la calidad de la gestión empresarial, la eficacia de las máquinas, nivel de tecnología, etc.

José Valenzuela (2003) resalta que la densidad de capital se ve muy influida por el tamaño de la empresa, es decir por el volumen de sus activos fijos, el cual se va ampliando conforme opera el proceso de inversión, si esta ópera a altos ritmos, cabe esperar que el tamaño medio de las empresas se vaya acrecentando más y más y con ello a su vez, se vaya incorporando una tecnología más intensiva en capital, lo cual debe redundar en un incremento en la productividad.

³² Se utilizó el índice de concentración 8% (C8) de la producción bruta total del año 2013, ya que no se encontraron datos en INEGI de este índice para el año 2008.

La economía en su conjunto en el 2008, tuvo una densidad de capital mayor que la industria deportiva, pues la economía nacional requirió 135 mil pesos para crear un puesto de trabajo en comparación la industria deportiva que requirió solo 28 mil pesos, es decir 79 por ciento menos que a nivel nacional.

Para este año las empresas pequeñas tanto de la industria deportiva como del total nacional presentaron cifras cercanas, 30 mil pesos y 34 mil pesos respectivamente, siendo la cifra más pequeña para el total nacional y la segunda más grande de la industria deportiva.

A nivel nacional en el 2018 se necesitaron 176 mil pesos, mientras que en la industria deportiva sólo se necesitó 44 mil pesos, se mantuvo la diferencia casi idéntica solo que esta vez estuvo por debajo 75 por ciento. Un aspecto que llama la atención es que a nivel nacional el tamaño de empresa que menor densidad de capital presentó fue la micro con 22 mil pesos, esta cifra es comparable con los 25 mil pesos de las empresas pequeñas de la industria deportiva, que también fue la menor para este año.

La brecha existente de densidad de capital entre la industria deportiva y el conjunto de la economía se ha consolidado a lo largo de la década y no solo entre ellas sino dentro de ellas por ejemplo, a nivel nacional en el 2018 las empresas micro fueron las que menos inversión requirieron y las grandes las que más, entre ellas existió una diferencia de 94 por ciento; curiosamente en la industria deportiva para este año las micro y grandes empresas tuvieron la misma densidad de capital de 43 mil pesos, siendo 42 por ciento mayor a la densidad menor perteneciente a las empresas pequeñas.

A través de esto podemos decir que en el caso de la industria deportiva hace falta mayor inversión, según lo dicho por Valenzuela se esperaba que conforme mayor sea el tamaño de la empresa se intensifica la densidad, pero se observó que en 2018 tuvieron la misma cifra las empresas micro y grandes, esto puede atribuirse a que el activo fijo se concentra en clases donde hay estadios, gimnasios, lugares de entrenamiento, etc., pero el trabajo requerido es poco especializado y/o no necesita un alto grado tecnológico, lo que explicaría la baja densidad de capital de la industria. En el conjunto de la economía si se cumplió esta condición, por lo tanto, la mayor densidad de capital se va logrando a medida que la inversión se lleva acabo, impulsada por el avance técnico necesario para asegurar la continuidad.

Siguiendo el análisis, el censo económico 2008 mostró que en promedio la productividad laboral de las empresas medianas de la industria deportiva fue 38.6% superior a las que presentan las microempresas, 36.5% por encima de las pequeñas y 60.6% mayor que las empresas grandes, mientras que para el total de la economía la diferencia de la productividad laboral de las empresas grandes respecto a las otras fue superior al 65 por ciento.

Para el 2018 esta situación se modificó para las empresas medianas y pequeñas, pues la diferencia de productividad laboral respecto a las empresas grandes bajo a 52 y 31 por ciento respectivamente, en la industria deportiva se mantuvieron las empresas medianas con el mayor porcentaje de productividad, pero como ya se vio anteriormente en la dinámica estos porcentajes disminuyeron y esta vez fue 52% superior a las empresas micro, 27% por encima de las pequeñas y 40% mayor que las grandes.

Al comprar los censos económicos 2008-2018, se concluye que la productividad creció para este último año en general tanto para la industria deportiva como para la economía en su conjunto, con un índice acumulado de 90.08 en el total nacional y de 32.79 para la industria deportiva, pero al desmenuzar cada una por tamaño de establecimiento, fue evidente que para la industria deportiva incluso existieron decrecimientos.

Al hablar del margen bruto se hace referencia al beneficio directo que obtiene una empresa por un bien o servicio, este indicador ayuda a darse cuenta si un negocio es rentable, ya que, si el margen bruto es negativo el resto de los costes serán imposibles de cubrir.

La industria deportiva en el 2008 y 2018 tiene un margen total superior al nacional por 6.1 y 7.6 puntos porcentuales respectivamente, es un rasgo importante a considerar para proyectos de política económica y social.

En el 2008 las micro empresas de la economía en su conjunto tuvieron un margen 0.2 por ciento mayor a las micro de la industria deportiva, en contraste las empresas medianas de la industria deportiva fueron 4.2 por ciento mayores a las del total nacional.

Para el 2018 aumenta la diferencia del margen a nivel microempresas a 1.1%, pero esta vez es a favor de la industria deportiva, además de ser el mayor margen para ese año en ambos casos, lo que indica que es un sector rentable con oportunidades de expansión y posibilidades de convertirse en estratégico para el país.

Vale la pena mencionar que en la década a nivel nacional el margen todas las empresas creció, las pequeñas empresas fueron las que más aumentaron su rentabilidad 7.7% y las que menos aumentaron fueron las grandes con solo 7.7 por ciento, en contraste la industria deportiva se concentró el alza de rentabilidad en las microempresas, pero la mediana tuvo cifras negativas -5.64 por ciento, a través de estos datos se identifican los puntos a reforzar tanto a nivel industria deportiva como total nacional.

Un aspecto importante es el salario promedio diario por persona operativa, que a nivel nacional en 2018 era de 338 pesos, mientras que en el 2008 fue de solo 0.10 pesos lo que muestra un drástico aumento en diez años. El caso de la industria deportiva es similar, en el 2008 el salario promedio por persona operativa era 248 pesos mientras que, para el 2018 aumento hasta 652 pesos, es decir, 62% más en diez años.

En el conjunto de la economía los aumentos que sufrieron los salarios en la década por tamaño de empresa rondaron el 100 por ciento, la industria deportiva, también presentaron variaciones interesantes en la década.

El salario de la microempresa en la industria deportiva creció 61.86 por ciento, mientras que a nivel nacional paso de 35 pesos en 2008 a 209 en 2018, cabe resaltar que fue el salario promedio por persona operativa más alto a nivel nacional en el 2008 a pesar de ello estaba 49 pesos por debajo del de la industria deportiva.

Las pequeñas empresas del conjunto de la economía aumentaron 98.71 por ciento en el periodo de 2.88 pesos a 223 pesos, las de la industria deportiva también tuvieron un crecimiento importante por encima del 50 por ciento (75.92%), pero fue el tercer mayor crecimiento para la industria por tamaño de empresa a pesar de ello estuvo por debajo del registrado para el total de la economía.

Las empresas medianas de la industria deportiva no solo concentraron el mayor aumento en la década sino también el mayor salario promedio por persona operativa en el 2018, creció más del 90 por ciento y paso de 62 pesos en 2008 a 1,017 pesos en 2018, en el total de la economía las medianas registraron 0.17 pesos en 2008 y llegaron a 294 pesos en 2018, 71% por debajo del salario registrado en la industria deportiva.

Tabla 4: Estructura de Organización Industrial comparativa Total Nacional e industria deportiva (2008-2018)

	Total Nacional		Industria Deportiva		Índice acumulado		Tasa de Crecimiento*	
	2008	2018	2008	2018	Total Nacional	Industria Deportiva	Total Nacional	Industria Deportiva
Tamaño promedio de establecimiento a/	5	6	6	5	120.00	100.00	0.02	-0.02
Índice de concentración ramal 8(%) b/	51.73	38.49	48.86	50.23	74.41	126.94	-0.03	0.00
Densidad de capital (miles de pesos) c/	135	176	28	44	130.37	16.06	0.03	0.05
Productividad Laboral (miles de pesos)	322	290	95	238	90.08	32.79	-0.01	0.10
Margen (%) d/	21.04	23.62	27.14	33.3	112.26	114.90	0.01	0.02
Salario promedio diario por persona operativa (pesos)	0.10	338	248	652	338,000	73.37	1.25	0.10

a/Razón población ocupada total a unidades económicas, son un promedio.

b/Los totales nacionales e industria deportiva son un promedio. Por falta de datos en el 2008, se tomaron valores del censo 2013.

c/Valor total de la maquinaria y equipo a costo de reposición, entre el personal ocupado y total.

d/ Margen bruto de operación.

Ingresos por suministro de bienes y servicios, entre la suma de las remuneraciones y los gastos de operación por el consumo de bienes y servicios, todo ello menos uno.

Cifras originales expresadas en millones de pesos constantes de 2013.

Fuente: elaboración propia con base en Censo Económico 2009, 2014, 2019 (INEGI, 2020).

El salario en las empresas grandes deportivas en el 2008 fue de 25 pesos a comparación con el total de la industria que fue cero en ese año, en el 2018 a nivel nacional el salario fue de 387 pesos, pero en la industria deportiva 275 pesos, existió una brecha entre la industria deportiva y el conjunto de la economía de 28 por ciento.

Fue necesario analizar el dinamismo, estructura y desempeño de la industria deportiva para conocer la causalidad entre estos, bajo el entendido que no es unidireccional, sino que tiene múltiples interacciones de los agentes económicos (empresas, gobierno y sociedad) los cuales toman decisiones secuenciales y los resultados de estas acciones se reflejan en las modificaciones de las estructuras de mercado, es decir, los agentes modifican las estructuras en vez de estar predominados por estas, por lo tanto a través de este análisis y detectando sus fortalezas y debilidades puedan desarrollarse políticas y estrategias para fortalecer este sector dada su importancia.

La inquietud por la industria deportiva y la carencia de aplicaciones y análisis al caso mexicano llevó a profundizar el análisis de esta a través de las clases que lo conforman para así detectar cuales son estratégicas en las distintas variables estudiadas.

3.1.4 Clases de la industria deportiva

I. Tamaño promedio de establecimiento

Para el 2008 la clase perteneciente a los campos de golf tuvieron el mayor tamaño promedio de establecimientos, a nivel total, micro y pequeña, mediana y grande empresa, con 112, 4, 28, 141 y 230 personas por establecimiento respectivamente, cabe resaltar que las cifras de esta clase fueron superiores tanto a los presentados por la industria deportiva en su conjunto como a las del total de la economía nacional.

Para el 2018 existieron modificaciones dentro de la industria deportiva comparado con 2008, a nivel total continuaron los Campos de golf con 111 personas empleadas por establecimiento, mientras que en las micro los Clubs deportivos del sector privado tuvieron el mayor tamaño con 4, en las empresas pequeñas sobresalieron los Campos de Golf con 31, en las empresas medianas los Equipos deportivos profesionales con 140 y en las empresas grandes destacaron los Equipos profesionales con 542. Tanto a nivel industria como clase se pudo notar el descenso del tamaño promedio en el periodo 2008-2018.

Tabla 5: Establecimientos, personal ocupado y tasas de crecimiento por actividad económica (2013-2018).

Actividad económica	Unidades económicas		Tasa de crecimiento promedio anual	Personal ocupado total		Tasa de crecimiento anual
	2013	2018	2013-2018	2013	2018	2013-2018
Total nacional	4,230,745	4,800,157	3	21,576,358	27,132,927	5
Actividades relacionadas con el deporte	34,105	44,297	5	138,425	171,649	4
Fabricación de artículos deportivos	1,367	1,200	-3	8,148	7,554	-2
Comercio al por mayor de artículos y aparatos deportivos	372	385	1	2,191	3,363	9
Comercio al por menor de artículos y aparatos deportivos	8,874	13,999	10	26,191	40,808	9
Escuelas de deporte del sector privado	5,708	7,105	5	16,536	19,549	3
Deportistas profesionales	3	5	11	6	27	35
Equipos deportivos profesionales	80	140	12	7,921	7,895	0
Clubes deportivos del sector privado	561	563	0	25,267	23,207	-2
Centros de acondicionamiento físico del sector privado	17,140	20,900	4	51,465	69,246	6

Fuente: elaboración propia con datos de Censos Económicos de INEGI (2014-2019).

De acuerdo con los Censos Económicos 2019, en nuestro país existían en 2018, 44,297 establecimientos dedicados alguna actividad relacionada con el deporte, los cuales dieron empleo a 171,649 personas. Entre 2013 y 2018 dichos establecimientos crecieron con una tasa promedio anual de 5.4%; dos veces mayor que el crecimiento del total de unidades económicas (2.6%).

En la industria manufacturera, la fabricación de artículos deportivos empleó a 7,554 personas en 1,200 establecimientos, lo cuales decrecieron 2.6% en promedio anual entre 2013 y 2018.

Las actividades comerciales de artículos deportivos ocuparon a 44,171 personas en 14,384 establecimientos, de los cuales 385 se dedican al Comercio al por mayor de artículos y aparatos deportivos y 13,999 al Comercio al por menor de esos mismos productos. Estos establecimientos presentaron una tasa de crecimiento promedio anual de 9.5% durante el periodo 2013 a 2018.

En los servicios, destacan los 20,900 Centros de acondicionamiento físico (canchas de tenis, futbol, frontón, básquetbol, squash, albercas y gimnasios) en los que trabajaron 69,246 personas. Las 7,105 escuelas de deporte del sector privado dieron empleo a 19,549 personas, en tanto que, en los 563 Clubes deportivos del sector privado emplearon a 23,207 personas.

II. Índice de concentración ramal a 8% (C8)

Al analizar el caso de la industria deportiva, se observa que la clase de Deportistas profesionales la producción bruta total, los activos fijos y el personal ocupado es igual al 100%, lo que significa que en ésta toda la producción se concentró en ocho o menos establecimientos, se confirman las altas barreras a la entrada.

Además de este tipo de clases de actividad, existen otras en las que la producción se encuentra polarizada entre unidades económicas, es decir, existen unidades grandes las cuales tienen una producción muy grande respecto al total de su clase y existen otras unidades económicas que producen poco.

Dentro de la industria deportiva algunas de sus clases, las ocho unidades económicas más grandes produjeron del 75 al 100% de la producción bruta total de su clase, además estas unidades económicas representaron más del 35% del personal ocupado total.

Dentro de estas encuentran Equipos profesionales con 76.34%, Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares con 89.50% y Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos con 78.97%, donde, de un total de 205 establecimientos que integra esta clase, sólo 8 de estos controlan casi el ochenta por ciento de la producción bruta total.

En contraste, el resto de los establecimientos de cada una de estas clases, aportaron menos del 50% de la producción bruta total de cada una de estas actividades. La clase de actividad que presentó el menor índice de concentración fueron los Centros de acondicionamiento físico del sector privado con 4.48% y sólo el 1.80% de población ocupada, esto quiere decir que, existe un alto grado de dispersión en la producción, esto estaría explicado por las bajas barreras a la entrada y el dinamismo de la Inversión Extranjera Directa.

III. Productividad laboral

En el 2008, la clase que sobresalió respecto a productividad laboral total de la industria deportiva fueron los Campos de golf con 220 mil pesos, pero por tamaño de empresa destacó con 365 mil pesos las empresas grandes de Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos y la menor productividad laboral total la registraron los Clubs y ligas de aficionados con 36 mil pesos y curiosamente por tamaño de empresa fue la misma clase, pues registraron sólo 27 mil pesos las empresas medianas de esta.

Los equipos deportivos profesionales en 2018 generaron el mayor nivel de productividad laboral respecto al total de la industria deportiva, siendo el estrato grande el que concentró la mayor productividad con 783 mil pesos, la clase que registró menor productividad laboral no se cambió en la década, fueron los Clubes o ligas de aficionados con 46 mil pesos, de igual manera siendo las empresas medianas las de menor productividad con 31 mil pesos.

En este último año, las empresas medianas de Equipos profesionales registraron un nivel productividad laboral mayor por 37 por ciento que el total nacional de la empresa grande, que es la que presentó la cifra mayor. Un punto clave es que, se requiere fortalecer esfuerzos en materia de encadenamientos productivos, apoyo a las micro y pequeñas empresas, así como el incremento de inversión público y privada, fomento del desarrollo productivo y capacitación de la fuerza laboral.

Aunado a esto, el deporte se ha colocado como una herramienta importante para el aumento de la productividad laboral, (Musich, Hook, Baaner y Edington, 2006) han mostrado que la promoción de la salud en el trabajo es una medida efectiva para disminuir el ausentismo laboral y minimizar la pérdida de productividad. Asimismo, se han encontrado relaciones negativas entre la productividad laboral de los trabajadores y su obesidad (Gates, Succop, Brehm, Gillespie y Sommers, 2008).

Por otro lado, un estudio realizado en la multinacional norteamericana Gympass en 2018 ha revelado que practicar ejercicio físico, un máximo de cuatro días a la semana, puede aumentar considerablemente la productividad del individuo. Los resultados de la investigación

traducen esta mejora del rendimiento en un 300 por ciento; es por ello que muchas empresas ya incluyen en sus instalaciones espacios exclusivamente destinados al deporte y el entrenamiento físico.

IV. Salario promedio por persona operativa

En el 2008 la clase perteneciente a la industria deportiva que obtuvo el mayor salario promedio por persona total fueron los equipos deportivos profesionales con 1,800 pesos, mientras que para las empresas micro, pequeñas y grandes los campos de golf tuvieron el mayor salario con 438, 283 y 208 pesos, las empresas medianas de los promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos registraron 261 pesos siendo las del mayor salario para este año.

Para 2018 el mayor salario promedio por persona operativa total lo registro nuevamente los equipos deportivos profesionales pero este aumento 186% llegando hasta 3,352 pesos, para la empresa micro la clase de promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos con 241 pesos; un rasgo importante es que los salarios de las empresas medianas y grandes se elevaron hasta llegar a los 7,508 y 1,705 pesos respectivamente.

Grafico 14: Salario promedio diario por persona operativa de la industria deportiva por tamaño de empresa (pesos constantes de 2013)



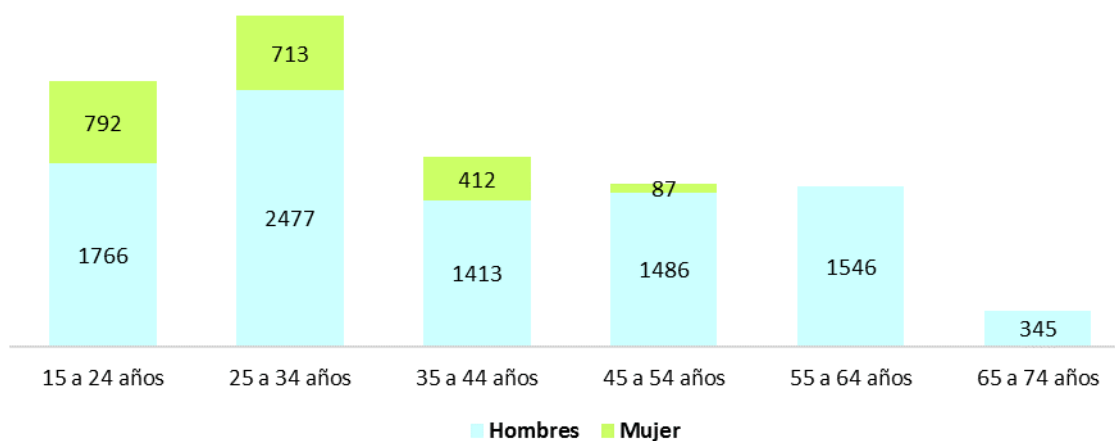
Fuente: elaboración propia con datos de censos económicos INEGI 2009-2019.

Data México Beta y la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), muestra que En el período 2010-2020, la población ocupada en deportistas y equipos deportivos profesionales, paso de 15,227 en 2010 a 10,967, el salario promedio anual que gano el 84% de los hombres ocupados fue de 3,657.47 pesos y para 2020 el porcentaje de hombres que ganaron mayor salario respecto al 2010 (6,845.25 pesos) aumento a 90%³³.

Mientras que el salario promedio anual de las mujeres ocupadas paso de 4,170 a 4,737 pesos de 2010 a 2020, pero sucedió lo contrario que con los hombres el porcentaje de mujeres que alcanzaron un salario promedio anual disminuyo, paso de ser el 16% a solo el 10% respectivamente, un dato importante es que el salario promedio anual de las mujeres fue mayor en términos reales que el de los hombres en el 2010.

³³ Los salarios están a precios corrientes de 2013.

Grafico 15: Fuerza laboral según rango de edad y sexo (2020)



Fuente: elaboración propia con datos de Data México y ENOE, (2020).

El 36% del total de la población ocupada en 2010 eran trabajadores formales con un salario promedio anual de 5,813 pesos, para el 2020 disminuyeron los trabajadores en esta situación fueron solo el 22% y su salario promedio anual aumento hasta 8,590 pesos; los trabajadores informales en el 2010 fueron el 64% de la población ocupada y tuvieron un salario promedio anual de 4,317 pesos, para 2020 esta cifra aumentó a 78% de la población ocupada, el salario promedio anual tuvo un alza de 13.44% llegando a 4,897 pesos.

Durante el mismo periodo, las ocupaciones con mayor número de trabajadores en deportistas y equipos deportivos profesionales fueron árbitros y jueces deportivos, entrenadores de animales y ocupaciones relacionadas con el cuidado de mascotas y entrenadores deportivos y directores técnicos y las entidades federativas con mayor población ocupada en 2010 fueron Nuevo León, Baja California y Quintana Roo y para 2020 fueron Estado de México, Jalisco y Puebla.

El grueso de edad promedio de los trabajadores en deportistas y equipos deportivos profesionales en 2010 para mujeres se encontró dentro de 35 a 44 años, mientras que los hombres se concentraron entre los 25 a 34 años, en 2020 la edad promedio de las mujeres y hombres se concentró en 15 a 24 años de edad. En el mismo periodo, el promedio de años de

escolaridad en deportistas y equipos deportivos profesionales fue 11.7 en mujeres y 10.7 en hombres.

V. Activos fijos

Los activos fijos tuvieron una tasa de crecimiento promedio anual 2008-2018 de 2.7 por ciento a nivel nacional y 4.9 por ciento en la industria deportiva. Analizando las tasas de crecimiento promedio anual por clase de actividad sobresale con una tasa de 12.1 por ciento los Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos, seguido de Centros de acondicionamiento físico del sector privado con 10.7 por ciento, Campos de golf 3.6 por ciento y Clubes o ligas de aficionados 3.3%. Todas las clases de actividad mencionadas presentaron una tasa promedio anual mayor que la que se registró en el mismo periodo a nivel nacional.

Un factor a considerar en la industria deportiva, es que en las clases que presentaron una mayor variación promedio anual fueron aquellas que tienen activos físicos tangibles como estadios, campos, máquinas para entrenamiento, instalaciones técnicas, construcciones, mobiliario, etc. pero dentro de esta industria los activos intangibles, los cuales hacen referencia a aquellos bienes y derechos que no son físicos o palpables como marcas, patentes, derechos de autor, franquicias, licencias y permisos, tienen una gran importancia.

Ceballos (2019), dice que, al interior de la industria deportiva, se generan, adquieren y en general circulan diferentes bienes inmateriales, lo cual repercute en que este sector genere ingresos monetarios exponencialmente. No es extraño al hablar de fútbol, que equipos como el Real Madrid obtengan altos ingresos por merchandising más allá de las fronteras españolas. Además, en el traspaso de un deportista de un club deportivo a otro, podrían involucrarse (además de la transferencia por sí misma) aspectos como sus derechos de imagen, estipulaciones con sus antiguos y/o nuevos patrocinadores, regalías para la franquicia a la que pertenece etc.

Igual situación se presenta en otras disciplinas deportivas en donde deportistas, clubes, empresas fabricantes de implementos deportivos y organismos de radiodifusión que obtienen

ingresos principalmente de la explotación de intangibles, ya sea por patrocinios, licencias de marcas, explotación de imagen, etc.

VI. Margen

Los Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos en el 2008 tuvieron un margen bruto de operación de 41.2 por ciento, mayor que el del conjunto de la industria deportiva y el total nacional. En este mismo año esta clase tuvo 43.2 por ciento de margen en las empresas medianas el cual fue superior 50.2 por ciento al de industria deportiva y 61.3 por ciento a la economía en su conjunto.

Un rasgo sobresaliente es que en el 2018 el total de la industria deportiva tuvo un margen bruto de operación de mayor al de sectores como Manufactura, Servicios Educativos y Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos, lo que muestra un sector rentable y con oportunidades de expansión y posibilidades de convertirse en clave para el país.

Clases que lo integran presentan un margen comparable y/o mayor al de estos sectores como es el caso de Clubs o ligas de aficionados con 28%, Centros de acondicionamiento físico con 35.3%, Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos con 39.7%.

La clase de actividad que tuvo el mayor margen en 2018 son los Deportistas profesionales con 69% incluso por encima del margen del total de la industria deportiva, seguido de Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos con 55.3 por ciento.

El auge o crecimiento de la actividad deportiva, añadido a su gran mercado, se traduce en que muchas compañías ajenas al ámbito deportivo consideran al deporte como una inversión estratégica fundamental para su desarrollo comercial y económico. Aunando a que su mercado funciona a través de una serie de personas, entidades y empresas que son los verdaderos artífices del desarrollo de este mercado (Rodríguez y Del Arco Juan, 2016).

Un ejemplo de Inversiones por empresarios mexicanos en la industria deportiva es el empresario Carlos Slim, en el 2012 su compañía pago 26.8 millones de dólares por la participación del 30% en las acciones de la propiedad de Grupo Pachuca. También en este año, fue adquirido en su totalidad por Grupo Pachuca en conjunto con el empresario, el equipo de estudiantes Tecos de la segunda división mexicana.

Mientras que, en España, el empresario mexicano invirtió alrededor de dos millones de euros en el Club español Real Oviedo, de la segunda división del país ibérico, lo que lo convirtió en el accionista mayoritario del equipo. Asimismo, a través de la Escudería Telmex, Slim y su familia son promotores del automovilismo, patrocinando a pilotos como Sergio "Checo" Pérez.

Después de analizar la industria deportiva desde los censos económicos, a través distintos indicadores y vertientes, podemos decir que es un sector clave, tiene un gran dinamismo y muchos puntos de oportunidad desde cualquier perspectiva, debe de considerarse un sector estratégico en programas de salud pública, pero sobre todo debe de ser visto como una inversión y no sólo como un gasto, en primera instancia, es mejor dedicar recursos a la estructura, capacitación y desarrollo de un proyecto deportivo con carácter preventivo que al combate contra las adicciones, tratamientos de enfermedades respiratorias, obesidad y diabetes, por otro lado, la industria deportiva constituye un sector muy amplio, en el cual se pueden generar alianzas estratégicas entre sectores, el deporte es un idioma universal, que enlaza y comunica con mayor facilidad a la gente, los usuarios y seguidores, gracias a los medios de comunicación trasciende cualquier frontera.

Tabla 5: Clases de la industria deportiva 2008 -2018

	MANUFACTURA	Clase 339920 Fabricación de artículos deportivos	SERVICIOS EDUCATIVOS	Clase 611621 Escuelas de deporte del sector privado	SERVICIOS DE ESPARCIAMIENTO CULTURALES Y DEPORTIVOS, Y OTROS SERVICIOS RECREATIVO	Clase 711211 Deportistas profesionales	Clase 711212 Equipos deportivos profesionales	Clase 711311 Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos	Clase 711320 Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos	Clase 711410 Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares	Clase 713910 Campos de golf	Clase 713941 Clubes deportivos del sector privado	Clase 713943 Centros de acondicionamiento físico del sector privado	Clase 713992 Clubes o ligas de aficionados	
Tamaño promedio del establecimiento (Población Ocupada a número de establecimiento)															
2018	TOTAL	11	6	15	3	5	5	56	10	13	10	111	41	3	7
	MICRO	2	2	4	2	2	5	3	4		3	3	4		3
	PEQUEÑO	22	23	22	19	20		20	21		21	31	24		22
	MEDIANO	119	115	96	64	98		140	97		73	129	99		89
	GRANDE	831	429	509		516		542	13			353	327		
2008	TOTAL	11	4	15	3	5	0	0	10	9	7	112	24	4	7
	MICRO	3	3	3	2	2			3	3		4	3	2	3
	PEQUEÑO	5	5	12	4	5			22	18		28	20	5	16
	MEDIANO	10	4	26	5	8			81	64		141	87	7	73
	GRANDE	67	5	104		125						320	294		
PRODUCTIVIDAD LABORAL (MILES DE PESOS)															
2018	TOTAL	492	170	167	64	193	511	912	193	453	376	190	180	93	58
	MICRO	82	53	73	47	67	511	41	112		160	133	66		45
	PEQUEÑO	256	176	118	86	184		216	230		697	187	107		81
	MEDIANO	585	248	200	260	261		1160	218		118	199	212		39
	GRANDE	639	199	317		446		947				180	161		
2008	TOTAL	318	94	113	35	115			131	94	181	159	95	45	32
	MICRO	40	44	43	32	54			78	70		244	43	36	42
	PEQUEÑO	92	46	65	32	93			68	120		152	105	46	27
	MEDIANO	246	169	106	55	157			299	76		106	115	61	23
	GRANDE	455	61	198		196						219	90		
MARGEN (PORCENTAJE)															
2018	TOTAL	22.4	30.0	30.0	32.6	30.2	510.6	912.4	55.3	39.7	22.8	15.8	18.7	35.3	28.0
	MICRO	30.1	40.5	40.5	34.0	34.6	510.6	41.2	147.8		43.8	16.8	18.6		23.1
	PEQUEÑO	24.3	21.1	21.1	27.4	32.8		215.5	18.8		24.0	30.8	17.3		33.1
	MEDIANO	24.3	30.2	30.2	36.5	24.5		1160.1	17.9		9.9	22.2	20.8		18.9
	GRANDE	21.7	29.6	29.6	33.2	33.2		946.9	33.4		6.7	9.9			
2008	TOTAL	21.7	39.2	25.5	25.2	30.2	28.0	22.5	41.2	15.5	23.0	28.7	20	29.2	26.0
	MICRO	16.3	24.9	21.8	26.0	34.6			41.0	14.7		41.5	25	34.2	28.5
	PEQUEÑO	19.3	15.0	21.9	24.5	32.8			37.2	13.3		30.5	32	25.8	21.1
	MEDIANO	22.9	51.6	22.9	25.6	24.5			43.2	23.0		12.2	18	30.6	32.6
	GRANDE	21.6	28.5	28.1		33.2						42.5	17.8		
SALARIO PROMEDIO DIARIO POR PERSONA OPERATIVA (PESOS)															
2018	TOTAL	408	229	400	206	395	320	3352	279	361	180	268	264	184	236
	MICRO	212	152	240	194	194	320	155	241		233	235	206		214
	PEQUEÑO	244	211	263	156	236		230	219		259	144	193		213
	MEDIANO	329	235	398	278	425		7508	297		101	238	213		329
	GRANDE	402	225	657		503		1705				284	251		
2008	TOTAL	1	0	8	2	2	615	1800	219	88	200	240	64	2	72
	MICRO	52	110	80	41	35			190	145		438	56	27	88
	PEQUEÑO	4	6	17	2	3			158	59		283	23	2	35
	MEDIANO	0	0	3	0	0			261	20		225	151	0	141
	GRANDE	0	0	1		0					208	103			

*Los salarios promedio por persona operativa están a pesos corrientes de 2013.

Fuente: elaboración propia con datos de los censos económicos 2009-2019, INEGI (2021).

3.2 Obstáculos que enfrentan las empresas a nivel Nacional en la industria deportiva

El Censo Económico 2019 realizó un estudio donde muestra la problemática principal para permanecer en el mercado que enfrentaron 4 millones 800 mil 157 unidades económicas del sector privado y paraestatal que tuvieron actividades en 2018, según actividad y tamaño de la unidad económica. El cuestionario presenta diversos criterios de desagregación: a nivel nacional y por entidad federativa, para la economía en su conjunto y a nivel de sector (dos dígitos del SCIAN) y subsector (tres dígitos del SCIAN), además de distinguir entre el tamaño del establecimiento.

Se ordenaron en tres niveles de análisis las principales problemáticas:

- I. Microeconómicas: competencia de negocios informales, competencia desleal, altos impuestos, falta de acceso a tecnologías de información, altos gastos en pago de servicios (luz, agua, telefonía), insumos o mercancías comercializadas, baja calidad de materias primas, altos costos de materias primas, personal con poca experiencia.
- II. Institucionales: exceso de trámites gubernamentales para operar, altos gastos en pagos de trámites gubernamentales, inseguridad pública, corrupción.
- III. Macroeconómicos: falta de crédito, baja demanda de sus bienes o servicios

A través del cuestionario se realizó una buena aproximación de los obstáculos sistémicos que presenta la industria deportiva según el sector y tamaño de la unidad económica a nivel nacional; se concentró la atención en los subsectores 711 Servicios artísticos, culturales y deportivos, y otros servicios relacionados y 713 Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos, ya que en ellos se concentran nueve de las once clases que consideramos para el análisis de la industria deportiva en los Censos económicos (véase cuadro 2).

Prácticamente el 100% de las unidades económicas enfrentaron problemáticas, a nivel nacional el 36.44% de las problemáticas se centraron en las microeconómicas, el 25.39% en institucionales, mientras que solo el 15.08% aludió a problemáticas macroeconómicas.

Las problemáticas difirieron según el tamaño de empresa. Mientras que las restricciones micro en la micro y gran empresa descansan en los altos gastos en pago de servicios y competencia desleal. Los problemas de baja demanda y falta de crédito son aspectos que afectan predominantemente a las microempresas.

En el subsector 711, el 21.25 por ciento de las problemáticas declaradas fueron Institucionales, seguido de las microeconómicas con 21.16 por ciento y solo 18.66 por ciento fueron macro. Al examinar al subsector por tamaño de empresa encontramos que las principales problemáticas de las empresas micro recayeron en las institucionales y fue principalmente la inseguridad pública, para las empresas pequeñas la competencia desleal afecto a la mayoría de estas.

Casi el cincuenta por ciento de empresas medianas y grandes enfrentaron problemáticas microeconómicas, los altos impuestos fueron referidos por 3 de cada 6 empresas medianas y 4 de las 11 empresas grandes y fue 11% mayor que el porcentaje referido a nivel nacional. Un aspecto importante es que la inseguridad pública fue la principal causa institucional que afecto a las empresas.

En el sector 713 Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos, 30.55 por ciento de las principales problemáticas fueron institucionales sobresaliendo la inseguridad pública, en segundo lugar, un tercio de las empresas señalaron causas microeconómicas principalmente los altos gastos de pagos de servicios, por último, el 18.99 por ciento consideraron problemáticas macroeconómicas sobre todo la baja demanda.

Los tamaños de unidades económicas estuvieron polarizados en dos grupos, en el primero las empresas micro y mediana priorizaron a las causas institucionales siendo la mayor en ambos casos la inseguridad pública con 26 por ciento, por otro lado, las empresas pequeñas y grandes aludieron a causas microeconómicas, las pequeñas y grandes señalaron principalmente a los altos gastos en pagos de servicios y las grandes además refirieron a los altos impuestos.

En su comparación con el dato nacional, los problemas institucionales y micro, impactan con mayor fuerza a las empresas que pertenecen a la industria deportiva, el porcentaje de empresas medianas y grandes en la industria deportiva que se refirió a exceso de trámites

gubernamentales como la problemática central, excedió en un 43% y 52% el porcentaje de respuestas grandes a nivel nacional. Una situación similar se presentó con la competencia desleal, pues el porcentaje de microempresas excedió en un 37% al porcentaje del segmento a nivel nacional.

Tabla 7

UNIDADES ECONÓMICAS (número)			PROBLEMÁTICA PRINCIPAL QUE ENFREARON LAS UNIDADES ECONÓMICAS (EN PORCENTAJE DE RESPUESTAS)													
			MICROECONÓMICAS						INSTITUCIONALES						MACROECONÓMICAS	
Tamaño	Total	Enfrentaron problemas	Total	Competencia desleal	Altos costos de mp, insumos, mercancías	Altos gastos en pagos de servicios	Competencia de negocios informales	Altos impuestos	Total	Inseguridad pública	Trámites gubernamentales			Total	Baja demanda	Falta de crédito
											Exceso	Altos gastos	Corrupción			
ECONOMÍA TOTAL																
Total	4,800,157	4,797,499	36.44	9.49	9.46	9.72	3.85	3.92	25.39	21.53	1.79	0.95	1.11	15.08	11.34	3.74
Micro	4,555,263	4,552,860	36.27	9.66	9.52	9.73	3.85	3.51	24.92	21.36	1.60	0.90	1.06	15.50	11.64	3.87
Pequeña	193,423	193,175	39.02	6.72	8.34	9.20	3.95	10.80	33.82	24.40	5.20	2.08	2.13	7.53	5.97	1.57
Mediana	40,824	40,818	41.32	5.03	8.75	10.15	3.71	13.68	36.64	26.95	5.99	1.93	1.77	6.11	5.13	0.98
Grande	10,647	10,646	42.90	4.11	9.41	10.52	2.57	16.28	30.86	21.59	6.27	1.44	1.55	5.58	4.87	0.71
Micro a/	0.95	0.95	1.00	1.02	1.01	1.00	1.00	0.90	0.98	0.99	0.89	0.94	0.95	1.03	1.03	1.03
Pequeña a/	0.04	0.04	1.07	0.71	0.88	0.95	1.03	2.76	1.33	1.13	2.90	2.18	1.92	0.50	0.53	0.42
Mediana a/	0.01	0.01	1.13	0.53	0.92	1.04	0.97	3.49	1.44	1.25	3.34	2.03	1.60	0.40	0.45	0.26
Grande a/	0.00	0.00	1.18	0.43	0.99	1.08	0.67	4.15	1.22	1.00	3.50	1.51	1.40	0.37	0.43	0.19
SUBSECTOR 711 SERVICIOS ARTÍSTICOS, CULTURALES Y DEPORTIVOS, Y OTROS SERVICIOS RELACIONADOS																
Total	5483	5483	21.16	9.05	2.10	5.25	1.99	2.77	21.25	16.87	2.21	0.95	1.22	18.66	15.70	2.95
Micro	4589	4589	20.00	8.85	1.90	5.25	1.63	2.38	21.09	17.06	1.98	0.87	1.18	19.39	16.41	2.99
Pequeña	822	822	25.55	10.71	2.55	4.99	3.65	3.65	21.53	15.45	3.04	1.46	1.58	15.33	12.41	2.92
Mediana	61	61	44.26	3.28	8.20	9.84	6.56	16.39	26.23	21.31	4.92	0.00	0.00	11.48	9.84	1.64
Grande	11	11	45.45	0.00	18.18	0.00	0.00	27.27	36.36	18.18	18.18	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total a/	0.00	0.00	0.58	0.95	0.22	0.54	0.52	0.71	0.84	0.78	1.23	0.99	1.10	1.24	1.39	0.79
Micro b/	0.84	0.84	0.95	0.98	0.90	1.00	0.82	0.86	0.99	1.01	0.90	0.92	0.96	1.04	1.04	1.01
Pequeña b/	0.15	0.15	1.21	1.18	1.22	0.95	1.84	1.32	1.01	0.92	1.38	1.54	1.29	0.82	0.79	0.99
Mediana b/	0.01	0.01	2.09	0.36	3.91	1.87	3.30	5.91	1.23	1.26	2.23	0.00	0.00	0.62	0.63	0.55
Grande b/	0.00	0.00	2.15	0.00	8.67	0.00	0.00	9.84	1.71	1.08	8.24	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
SUBSECTOR 713 SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO EN INSTALACIONES RECREATIVAS Y OTROS SERVICIOS RECREATIVOS																
Total	45172	45172	28.68	7.25	2.11	13.61	1.97	3.74	30.55	26.21	2.16	1.02	1.16	18.99	15.57	3.42
Micro	42943	42943	28.38	7.41	2.12	13.46	1.98	3.41	30.40	26.34	1.92	0.98	1.16	19.55	16.01	3.54
Pequeña	1681	1681	33.91	5.18	1.96	15.76	2.26	8.74	31.59	23.08	5.47	1.67	1.37	8.86	7.61	1.25
Mediana	479	479	35.91	0.84	1.25	19.00	0.63	14.20	39.25	26.30	10.44	2.09	0.42	5.64	5.22	0.42
Grande	69	69	36.23	2.90	7.25	13.04	0.00	13.04	34.78	18.84	13.04	1.45	1.45	7.25	5.80	1.45
Total a/	0.01	0.01	0.79	0.76	0.22	1.40	0.51	0.95	1.20	1.22	1.20	1.07	1.05	1.26	1.37	0.91
Micro b/	0.95	0.95	0.99	1.02	1.00	0.99	1.00	0.91	1.00	1.01	0.89	0.96	1.00	1.03	1.03	1.04
Pequeña b/	0.04	0.04	1.18	0.71	0.93	1.16	1.15	2.34	1.03	0.88	2.54	1.64	1.18	0.47	0.49	0.37
Mediana b/	0.01	0.01	1.25	0.12	0.59	1.40	0.32	3.79	1.28	1.00	4.84	2.05	0.36	0.30	0.34	0.12
Grande b/	0.00	0.00	1.26	0.40	3.43	0.96	0.00	3.49	1.14	0.72	6.05	1.42	1.24	0.38	0.37	0.42

101

a/ Como parte del dato nacional

b/ Como parte del dato total del subsector

Fuente: Elaboración propia con datos de Censos Económicos 2019 (INEGI, 2021).

3.3 Multiplicadores

Para lograr medir el impacto económico de la industria deportiva en México, se consideró fundamental analizar las relaciones de interdependencia que existen entre actividades productivas, tratando de determinar el efecto multiplicador que la industria deportiva tiene sobre el resto de la economía.

INEGI a través de la Matriz Insumo Producto 2013 provee información que refleja las relaciones económicas que se llevan a cabo entre los diferentes sectores y agentes en todas las fases del ciclo económico (producción, comercialización, consumo y acumulación), así como la composición de la producción, utilización y Producto Interno Bruto por tipo de actividad.

Vasily Leontief, un economista estadounidense de origen ruso, desarrolló a partir de los datos de la economía de Estados Unidos, una metodología de análisis hoy conocida con su nombre por su finalidad de establecer el patrón de interdependencia de los sectores de la economía, dicho modelo se volvió una herramienta de pronóstico y planificación para sistemas económicos diversos, este se fundamenta en el hecho de la interdependencia de la actividad productiva de las industrias que conforman una economía, además de que los flujos de bienes y servicios de una economía son relativamente estables, lo que permite elaborar un cuadro estadístico llamado matriz mucho más complejo e integrado dentro del ámbito en que se mueve la teoría económica.

A través de los multiplicadores se muestra la interrelación que existe entre los subsectores de actividad, produciéndose entonces una serie de reacciones en cadena, mediante un movimiento secuencial que tiene mayor importancia en sus comienzos y va disminuyendo su nivel de significación conforme se transmite. En efecto, la producción total, además de satisfacer la demanda final, debe cubrir las necesidades de los demás sectores productivos. Cuando no hay efectos de ningún grado el valor del sector será cero. No pueden existir valores negativos porque económicamente no tiene sentido el uso de insumos negativos.

El multiplicador de producción para nuestro análisis, lo obtuvimos a través de la matriz simétrica de origen doméstico de coeficientes directos e indirectos producto por producto por sector y clase de SCIAN. El valor del multiplicador para cada sector resultará igual a la suma

de los elementos en la columna del sector o clase correspondientes en la matriz de Leontief (matriz de coeficientes directos e indirectos), estos multiplicadores dan una idea de la capacidad de cada sector de la demanda final para movilizar la economía e incrementar la producción total, es decir es el efecto que se produce ante un aumento en una unidad de producción de dicha rama sobre la producción total de todas las ramas de la economía.

Mediante este multiplicador se pretende determinar el efecto de empuje que la industria deportiva tiene sobre la economía en su conjunto o desde otro punto de vista, cuál es el esfuerzo que deben realizar el conjunto de clases de la economía para atender un aumento en una unidad de la demanda final de la industria del deportiva.

Tabla 8: Multiplicadores de producto de la industria deportiva

Actividad económica	Multiplicador de producto
31-33 - Industrias manufactureras	1.620
339920 - Fabricación de artículos deportivos	1.350
61 - Servicios educativos	1.117
611621 - Escuelas de deporte del sector privado	1.388
71 - Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	1.376
711211 - Deportistas profesionales	1.814
711212 - Equipos deportivos profesionales	1.519
711311 - Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos	1.661
711312 - Promotores del sector público de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos	1.250
711320 - Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos	1.642
711410 - Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares	1.624
711510 - Artistas, escritores y técnicos independientes	1.011
713 - Servicios de entretenimiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos	1.487
713943 - Centros de acondicionamiento físico del sector privado	1.403
713944 - Centros de acondicionamiento físico del sector público	1.790
713992 - Clubes o ligas de aficionados	1.520

Fuente: elaboración propia con datos de la Matriz simétrica de insumo producto, producto por producto de la economía total de origen domestico coeficientes directos e indirectos 2013. (INEGI, 2021).

Para efectos del estudio desagregamos a la industria deportiva en las clases que la conforman y así poder analizar y detectar cuáles son las clases que tienen un multiplicador importante y convertirse en estratégicos para el resto de la economía. Debemos recordar que por cada peso

que se genere en cada sector o clase, se generara en el resto de la economía el impacto del tamaño del multiplicador.

En el caso de la industria del deporte es importante señalar que parte de los ingresos que se obtienen son empleados para contratar proveedores, como empresas de seguridad y mantenimiento de los estadios, agencias de viajes, etc. Estos proveedores a su vez demandan bienes y servicios de otros, generándose una serie de interacciones en cadena cuyos impulsos van siendo menores a medida que se aleja del incremento de la demanda inicial, hasta alcanzar el punto en el que se agoten. Este efecto multiplicador recoge los distintos efectos sucesivos que se van produciendo en la economía.

Los deportistas profesionales tienen el multiplicador más grande de la industria deportiva, es de 1.81, lo que implica que por cada peso que se genere en esta clase, en el resto de la economía se generara 1.81 pesos. Este multiplicador es incluso mayor que el presentado por el sector del que se desprende, Servicios artísticos, culturales y deportivos, y otros servicios relacionados con un multiplicador de 1.19.

En segundo lugar, destacan los Centros de acondicionamiento físico del sector público con un multiplicador de 1.78, los Centros de acondicionamiento físico del sector privado tienen un multiplicador de 1.40, por lo tanto, los centros públicos generan mayor impacto en el resto de la economía que los privados.

Las Industrias manufactureras tienen un multiplicador de 1.61, el cual es comparable e incluso menor que algunos multiplicadores de la industria deportiva como: el de Agentes y representantes de artistas, deportistas y similares con 1.62, Promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que no cuentan con instalaciones para presentarlos 1.64 y con los Promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares que cuentan con instalaciones para presentarlos 1.66.

Los equipos deportivos profesionales y los Clubes o ligas de aficionados tienen multiplicadores parecidos de 1.51 y 1.52 respectivamente.

Los multiplicadores de la industria deportiva por clases que lo conforman van desde 1.01, que es el que menor impacto que genera en el resto de la economía hasta 1.81, que es el mayor impacto, es importante este último multiplicador porque es mayor incluso al

presentado por los 22 sectores de la economía, para la economía en su conjunto la industria manufacturera tiene el mayor multiplicador con 1.62, mientras que esta clase genera 0.19 más en el resto de la economía.

El deporte como actividad económica se ha posicionado en nuevos y rentables mercados, es un engranaje que engloba una serie de bienes y servicios para su realización, desarrollo y disfrute, aunado a la publicidad, mercado y espectáculo, de manera indirecta se beneficia a otros participantes del mercado. Además, que sus principales actores empresas, gobierno y la sociedad se enlazan a través de flujos monetarios y todo esto en conjunto hace que exista una economía del deporte, con ello se producen impactos significativos volviéndose un sector dinámico y estratégico.

A lo largo de este capítulo se observó como el deporte puede ser un estímulo efectivo para el desarrollo económico, especialmente a nivel local. Las conexiones entre los diferentes elementos del sector de deporte son altamente efectivos cuando es aprovechado localmente por las economías de escala existentes. Individualmente, cada uno de las actividades de la industria deportiva puede crear actividades, trabajos y salud.³⁴ Cuando varios son combinados en una sola estrategia, es posible lograr ganancias económicas adicionales por las sinergias de ese resultado.

Los indicadores importantes corresponden a deportes profesionales, de alto nivel y espectaculares, que por lo tanto ocupan un lugar importante en la economía deportiva, sin embargo, no se debe de descuidar la práctica masiva que requiere infraestructura, equipo y costos de administración.

Existe una estrecha vinculación entre el deporte, los negocios y la economía; los flujos monetarios que genera la industria deportiva, incitan a identificarlos y cuantificarlos para conocer el impacto que tiene el deporte en términos económicos. A pesar de ello, en nuestro país apenas se inicia el interés por descubrir el impacto de esta creciente industria.

³⁴ Actividades como la medicina deportiva, el desarrollo de servicios deportivos (gimnasios y centros fitness), nuevos espectáculos deportivos, el patrocinio deportivo, las emisiones televisivas y la prensa deportiva, etc.

Conclusiones

El deporte es un área relativamente nueva de investigación que pasó de ser considerada como una simple manifestación social a tener una estrecha vinculación con la economía y considerarse una industria, cuya producción, consumo, financiamiento y gestión debe identificarse y cuantificarse a fin de conocer el impacto que tiene en términos económicos.

Por ello, el objetivo de la tesina fue examinar la importancia y la conducta de la industria del deporte en México desde diferentes perspectivas; para lograrlo la estrategia metodológica se basó en la revisión histórica, bibliográfica y en un ejercicio empírico a partir de indicadores de estructura, dinamismo y organización industrial, para generar recomendaciones de política encaminadas a superar los obstáculos al crecimiento que presenta la industria del deporte en México.

El deporte es una de las manifestaciones más antiguas de la humanidad, ha evolucionado y se ha adaptado a las distintas motivaciones y necesidades de las culturas a lo largo de la historia, es por esto que en la tesina se estudió desde un enfoque histórico dentro del marco del análisis económico. Debido a un proceso constante de intervención en los diferentes ámbitos y sistemas sociales, se incrementó la diversificación del fenómeno deportivo, permitiendo crear una industria donde se entrelaza gobierno, empresas y sociedad, formando un tejido transversal entre sectores.

Es difícil categorizar o definir al deporte, pero se considera como “bien” con ciertos rasgos peculiares: efímero, intangible, subjetivo (su valoración está en función de la experiencia vivida), perecedero, *etc.*, por ello debe de ser abordado desde el Estado, organizaciones internacionales, gobiernos locales, sociedad civil y empresas, puesto que el deporte traspasa las fronteras de la política, salud, cohesión social, cultural e incluso de la economía.

La industria deportiva, tiene numerosas partes interesadas que son los verdaderos artificios del desarrollo de ésta y no puede considerarse una industria únicamente cultural o de entretenimiento, ya que el deporte se vincula y genera múltiples objetos, signos y significados que se traducen en una economía del deporte, en donde las practicas industriales generan valor, sostienen y estimulan múltiples dinámicas con otros sectores.

Sabiendo su carácter multifacético y bajo el enfoque económico se estudia su impacto considerándolo parte de la conducta humana, expresada en la actividad física y mental que refleja un conjunto de decisiones determinadas en parte por las preferencias de los individuos, precio y cantidad. Partiendo de esto la microeconomía del deporte, permite medir la incidencia económica de esta actividad mediante elementos que llevan al cálculo del valor económico total de un espectáculo o evento deportivo evaluando los efectos indirectos, positivos o negativos, que se generan ante la realización del evento y se apoya en las bases teóricas de la economía del bienestar, lo cual tiene gran repercusión en materia de política económica. Desde el marco de la macroeconomía, la relación economía y deporte identifica el impacto que este tiene en las variables económicas de un país como el Producto Interno Bruto (PIB), el empleo, el gasto público, el consumo privado, la inversión, los impuestos y el comercio exterior, por ello resulta imprescindible la consideración del gasto de los diferentes agentes sociales implicados.

Presentar un debate actualizado sobre la bibliografía empírica del deporte en la economía, a nivel internacional y en México fue un reto, los análisis comenzaron en Estados Unidos con de Rottenberg (1956); Neale (1964) y Sloane (1971), quienes marcaron la pauta en la ciencia económica en el deporte. En México aún no toma la importancia ni despierta el interés para realizar investigaciones a profundidad, pero han existido pioneros los cuales han servido de referencia y motivación para el estudio, algunos de ellos fueron, García (2004), Cortés y Sepúlveda (2006), Arias (2017), Orozco (2018), Huerta (2018), entre otros. Abordan temas que van desde el análisis de la relación y conceptualización de la economía deportiva, el deporte como un elemento e instrumento de política social y económica, la consideración del deporte como bien económico, métodos para su análisis, hasta el estudio del deporte mexicano desde un enfoque de correlación entre el presupuesto asignado y medallas ganadas.

Para conocer y analizar a la industria deportiva en México en función de la información disponible, se hizo referencia a un grupo de estudios. El estudio del fútbol (GEA, 2018) encontró que el 78 por ciento de los mexicanos se declaran aficionados y representa el 54 por ciento del PIB que genera toda la actividad deportiva en el país. Por otro lado, los 32 eventos que se llevaron a cabo en la Ciudad de México durante el periodo 2015-2018 contribuyeron a un impacto económico total de 5,370 millones de dólares, en promedio el impacto

económico total generado por los eventos deportivos organizados en la CDMX creció 12% por año. (SMG Insight TouGov, 2017).

El Módulo de Práctica Deportiva y Ejercicio Físico (MOPRADEF), es la encuesta anual realizada por INEGI que proporciona información estadística sobre la participación de hombres y mujeres de 18 y más en la práctica de algún deporte o la realización de ejercicio físico en su tiempo libre. Dicha encuesta revela que ha ido en decremento la práctica deportiva, en 2020 el grueso de la población que era activa físicamente se encontraba en el rango de 18 a 24 años, de estos 43.8% fueron hombres frente al 34.4% de mujeres. Destaca como el principal factor de inactividad la falta de tiempo.

Por otro lado, el presupuesto asignado al deporte ha disminuido 71.17% durante el periodo 2013-2020. La inversión *per cápita* en materia deportiva por el gobierno mexicano en el 2013 año con mayor presupuesto asignado fue apenas de 60 pesos por cada habitante del país, mientras que para el 2019 el presupuesto menor registrado fue de solo 12 pesos, en el 2020 hubo un repunté y llegó a los 21.78 pesos por habitante, estas cifras resaltan la carencia que existe en la capacidad de redistribuir o generar posibilidades en la población a nivel macro.

Se tiene la idea, que los éxitos deportivos de un país dependen principalmente de su capacidad económica y disponibilidad para asignar una parte importante de presupuesto a la actividad deportiva. Debe entenderse que el desarrollo económico por sí solo, no determina el éxito deportivo, éste depende de la orientación y uso eficiente de los recursos destinados al deporte, es la colección de esfuerzos individuales.

Los Juegos Olímpicos Londres 2012 fueron el mejor año en términos de presupuesto, la CONADE recibió 6,147.4 mdp, durante esta competencia los atletas mexicanos obtuvieron 8 medallas, uno de los mejores desempeños de la historia, en cambio para 2021 el presupuesto asignado equivalió al 0.056% del total, teniendo como resultado 5 medallas; esto evidencia que México debe considerar al deporte como una inversión y no como un gasto para lograr más éxitos, además de lograr un tejido transversal entre sus actores.

La industria deportiva mexicana se examinó a nivel estadístico a través de los Censos económicos 2008-2018, para determinar la importancia económica y su conducta a partir de indicadores de estructura, dinamismo y organización industrial.

A través de 11 actividades económicas que conforman a la industria deportiva, como: fabricación de artículos deportivos, escuelas del deporte del sector privado, deportistas y equipos profesionales, promotores del sector privado de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares, agentes y representantes de artistas y deportistas y similares, campos de golf, clubs deportivos del sector privado, centros de acondicionamiento físico del sector privado y clubs o ligas de aficionados se logró tener un panorama de ésta en nuestro país.

Al comparar el dinamismo de la industria deportiva y el conjunto de la economía durante el periodo 2008-2018, con base en el análisis de sus determinantes directos (población ocupada y productividad laboral), la conclusión es que, en ambas el crecimiento del producto fue predominantemente extensivo, pues se basó en el crecimiento de la población ocupada. Ello es relevante, pues da cuenta de los problemas de productividad e inversión que tipifican a la economía mexicana en los últimos años.

La segunda aproximación estadística fue un análisis de estructura porcentual. El valor agregado de la industria deportiva en 2008-2018 provenía principalmente de las empresas medianas (35.38% y 28.38% respectivamente).

A pesar de esto, en el 2008 la población ocupada de la industria deportiva, se concentró principalmente en las empresas pequeñas (36%) y fueron casi el uno por ciento (0.93%) del total nacional de este tamaño, para 2018 las empresas medianas registraron la mayor cifra de población ocupada 28,158 personas y representaron el 17.93% del total de la industria deportiva y representaron el 0.58% de las empresas medianas a nivel nacional coincidiendo con la mayor generación de valor agregado.

El 0.52% de la población ocupada total en el 2008 correspondía a la industria deportiva, dato que aumentó 0.06 por ciento en 2018, en cifras la población ocupada en la década pasó de 104,684 a 157,105 personas ocupadas.

En cuanto a los establecimientos, en 2008 las empresas micro de la industria deportiva concentraron la mayor proporción de establecimientos, pero solo representaron el 1 por ciento (0.97%) del total nacional de este tamaño, mientras que las pequeñas 0.07%, medianas 0.03% y grandes 0.01%. Para 2018 la industria deportiva mantuvo la concentración en los establecimientos micro con 30.78%, pero debido a un drástico crecimiento de estos a nivel

nacional, pasaron de ser el 27.41% a casi 95% del total, por ello decreció la participación relativa de las empresas micro de la industria deportiva a 0.81% del total nacional, mientras que las empresas medianas aumentaron su participación relativa 4.61% respecto al conjunto de la economía, caso similar ocurrió en los pequeños pues el aumento fue de 3.50 por ciento.

A través de estos indicadores, sobresale la importancia de contribuir al fomento de deporte local, así como facilitar el financiamiento de eventos deportivos, mediante nuevas fórmulas de patrocinio enfocadas a singularidades de la industria, para que los establecimientos micro que son la mayoría de la industria crezcan, al igual que las empresas medianas las cuales concentran la mayor proporción de población ocupada y valor agregado, su fortalecimiento favorecería a la economía nacional.

El tercer enfoque fue orientado a la organización industrial, a través de este se conoció su complejidad, ya que las fronteras entre empresas y mercados son cada vez menos claros. La industria deportiva tiene fuertes barreras a la entrada, la productividad va en aumento y es comparable con los niveles del total de la economía; se puede considerar un sector rentable con oportunidades de expansión y posibilidades de convertirse en clave para el país, al ser una industria intensiva en trabajo, opera con una baja dotación de capital por trabajador.

Dentro de la industria deportiva se generan, adquieren y están en circulación diferentes bienes inmateriales lo cual repercute en que este sector genere ingresos monetarios exponenciales, siendo la inversión elemental, ya que impulsa el avance técnico/tecnológico para asegurar la continuidad y proyección al exterior, además de un análisis multidireccional debido a la toma de decisiones secuenciales de los agentes económicos que la conforman para así detectar sus debilidades y fortalezas generando políticas y estrategias para fortalecer este sector.

Al adentrarnos en el análisis de la industria deportiva se consideró imperante conocer las problemáticas que enfrentan las empresas que la conforman y generar recomendaciones de política encaminadas a superarlos. Se encontró que prácticamente el cien por ciento de las empresas enfrentan principalmente problemas de índole institucional; sobresalen la inseguridad pública, los altos gastos de pagos de servicios y la baja demanda.

El deporte va más allá de las consideraciones de competencia y posicionamiento, a través de este rubro se puede ejemplificar y aumentar la calidad de vida de la población, teniendo un

impacto directo en la reducción del gasto en salud, dinamizando el empleo, siendo clave en el ámbito juvenil y la integración social, es por ello que se elaboraron los multiplicadores de Leontief partiendo de la Matriz Insumo Producto 2013, para conocer el impacto que tiene con el resto de la economía considerándolo una herramienta estratégica para el desarrollo económico.

En torno a estas reflexiones, los objetivos de la tesina que se plantearon al inicio fueron abordados desde los diferentes apartados donde se desarrolló el objetivo general y se mantuvo la línea de investigación sobre la importancia y conducta de la industria del deporte en México desde una perspectiva conceptual, histórica y empírica.

Partiendo de esto pueden realizarse análisis más profundos sobre la industria deportiva con el fin de explotar el área de oportunidad que tiene, además, ser usada como una herramienta estratégica para el desarrollo e impulso para la economía del país.

La ausencia de información estadística, sistemática y publicada, obliga al investigador a superponer entre los datos fragmentados provenientes de diversas fuentes, por ello las comparaciones internacionales revelan la heterogeneidad de los métodos en uso y sus recursos deben interpretarse con precaución, sigue siendo un ejercicio difícil y un poco arriesgado.

La construcción y consolidación de un exitoso sistema deportivo e industria deportiva no es un tema solo de riqueza sino, sobre todo de calidad de vida de un país. El deporte sirve como prevención y motor de cambio, no solo por los flujos monetarios, sino porque a través de él, se pueden abrir horizontes y oportunidades.

Recomendaciones

- Diseñar y gestionar de manera compartida entre la administración pública (federal, estatal y municipal), las asociaciones civiles, la academia y la empresa privada una inversión eficiente, que posibilite la igualdad de condiciones de práctica deportiva, que abarque grupos con necesidades deportivas especiales, con la creación de políticas, programas y ofertas deportivas para que cada grupo sea identificado y captado de manera distinta y de participación a la pluralidad de actores e intereses, bajo un marco legal garantizando la efectividad, compromiso y permanencia de todas las partes.
- Fomentar los estudios de investigación, desarrollo e innovación en el deporte (I+D+i), aumentando la inversión en estos, además de realizar investigaciones con acción transversal; partiendo desde el perfeccionamiento de los métodos empleados de entrenamiento, infraestructura, marketing, etc.
- Creación de un centro nacional de información y documentación con filiales regionales, que permita a todos estar actualizados con los últimos desarrollos mundiales, que abarate costos, asesore, certifique calidad, tanto en los escenarios e implementos deportivos como en los entrenamientos, permitiendo un mejor posicionamiento del país en el panorama internacional.
- Impulsar nuevas medidas legislativas relacionadas con el patrocinio y el mecenazgo deportivo, para favorecer, promover y facilitar la competitividad y emprendimiento en el sector deportivo como nuevas oportunidades de negocio para generar empleos y así lograr un mayor impacto económico derivado del deporte.
- Propiciar y facilitar la participación activa de las entidades deportivas de la sociedad civil, organizaciones y empresas del sector privado, articulando recursos y posibilidades, con el fin de ampliar la base social deportiva procurando mejores estándares de calidad y resultados en el deporte de rendimiento, creando un vínculo emocional de pertenencia y fomentando el interés por la práctica deportiva.
- Financiamiento y asignación de recursos priorizados, focalizados al deporte a través de rigurosos criterios de racionalización, planeación transversal y congruente formando alianzas estratégicas logrando importantes beneficios socioeconómicos.

Bibliografía

1. Arias, F. (2009). Economía y Deporte. Analogía entre el sistema económico y el deporte de élite. *Revista Actividad Física y Ciencias* Vol. 1, N° 1. 2009. Colegio Universitario de Caracas.
2. Arias, F. (2017), *Economía del deporte. Estado de la cuestión y casos prácticos*. Editorial Episteme, C.A. Caracas- Venezuela
3. Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), (2019), *Toma fuerza ropa deportiva*. Recuperado de: <https://antad.net/toma-fuerza-venta-de-ropa-deportiva/>
4. Baade, R. A., & Matheson, V. A. (2004). The quest for the cup: Assessing the economic impact of the World Cup. *Regional Studies* 38, 343–354. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/03434002000213888>
5. Barbosa, S., Urrea, A. (enero-junio 2018). Influencia del deporte y la actividad física en el estado de salud físico y mental: una revisión bibliográfica. *Revista Katharsis*, N° 25, pp.141-159, Recuperado de: <http://revistas.iue.edu.co/index.php/katharsis>
6. Barton, G. (2020). *Los primeros Juegos Olímpicos Televisados*
7. Blanchard, K, Cheska, A. (1985), *Antropología del deporte*, en Rodríguez López, J. pp. 11-12.
8. Benito, R. (2005) *El deporte y los juegos en la Edad Media*. *Revista Medieval*.
9. Bevir, M. (2013). *Governance as Theory, Practice and Dilema*. M. Bevir: The SAGE Handbook of Governance, London: SAGE.
10. Bracamontes, J. (2018), *Publicidad y deporte en el México postrevolucionario (1920-1940)*, Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Economía, Tesis para obtener el título de maestro en economía, Ciudad de México, 2018.
11. Böventer, E. (1989). *Ökonomische Theorie des Tourismus*. Frankfurt/New York.
12. Cagigal, J.M. (1996). *Obras selectas*. Madrid. Comité Olímpico Español.
13. Capretti, S. (2011). La cultura en juego. El deporte en la sociedad moderna y post-moderna. *Revista Trabajo y Sociedad*, Argentina. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1514-68712011000100014
14. Castellanos, P. (2001). Análisis de demanda y economía del deporte. En Otero Moreno, J. M., *Incidencia económica del deporte*, Instituto Andaluz del Deporte, Málaga, pp. 181-189.
15. Cayuela, J. (1997). Los efectos sociales del deporte: ocio, integración, socialización, violencia y educación. Recuperado de: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/8713/Deporte-para-el-desarrollo.PDF?sequence=4&isAllowed=y>
16. Cazorla, L. (2013), *Deporte y Estado* (Segunda ed.), Pamplona: Aranzadi.
17. Chan, M. (2010). La educación y la salud están íntimamente unidas. OMS. Cumbre sobre los Objetivos de Desarrollo del Milenio. Intervención en la segunda mesa redonda, sobre la consecución de los objetivos relacionados con la salud y la educación, Nueva York. https://www.who.int/dg/speeches/2010/educationandhealth_20100920/es/
18. Ceballos, J., *Gestión de intangibles en la industria deportiva* (Intangibles Management in the Sports Industry) (2019). *La Propiedad Inmaterial* N° 28, Julio -

- Diciembre 2019, Recuperado de: <https://ssrn.com/abstract=3519955> ó <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3519955>
19. Coates, D. & Humphrey, B. R. (1999). The Growth Effects of Sport Franchises, Stadia, and Arenas. *Journal of Policy Analysis and Management*, volumen 18, issue 4, pág. 601-624.
 20. Cocke, A. (2002). Brain May Also Pump up from Workout. Recuperado de: <http://www.neurosurgery.medsch.ucla.edu/whastnew/societyforneuroscience.htm>
 21. CONEVAL.(2015) Evaluación integral del desempeño de los programas federales dirigidos al deporte 2014-2015 Recuperado de: <https://www.coneval.org.mx/Evaluacion/IEPSM/IET/Documents/2014/Deporte.pdf>
 22. Comellas, J. L. Breve historia del mundo contemporáneo. Ediciones Rialp. Madrid.
 23. Cortés, J. y Sepúlveda, M. (2018), Medición del impacto económico del deporte, San Luis Potosí, México, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, mayo 2006. Recuperado de: <http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/P17T9-1.pdf>
 24. Crompton, J. (1995). Economic impact analysis of sports facilities and events - 11 sources of misapplication. *Journal of Sport Management*, volumen 9, issue 1, pág. 14-35.
 25. Cuevas, I. (enero- abril, 2020). La política deportiva y el valor público del deporte, Encrucijada: Revista electrónica del Centro de estudios en administración pública, número 34, FCPyS, UNAM.
 26. Data México Beta, (2020), Deportistas y Equipos profesionales. Recuperado de: <https://datamexico.org/es/profile/industry/deportistas-y-equipos-deportivos-profesionales>
 27. Del Arco Juan, F. J.; Rodríguez, A. (2013), Los participantes en la industria del deporte. *International Journal of Sports Law & Management* 24, 22-32. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/321255302_Los_participantes_en_la_industria_del_deporte
 28. Del Corral, J., Gómez-González. (2017). El uso de datos en la Economía del Deporte. Mirando hacia el futuro. VIII Congreso Iberoamericano de Economía del Deporte. Recuperado de: https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/14411/Econom%C3%ADa%20del%20deporte_CIED_VIII.pdf?sequence=1
 29. Del Greco, N. (2010) Estudio sobre tendencias de consumo de alimentos. Datos relevantes para la toma de decisiones en la Agroindustria de Alimentos y Bebidas. Recuperado de: <http://bvs.minsa.gob.pe/local/minsa/2603.pdf>
 30. Deloitte. (2017). Perspectiva global 2017 del cuidado de la salud. Avanzando contra retos persistentes. Recuperado de: [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cl/Documents/life-sciences-health-care/Perspectiva-Global-del-Cuidado-de-laSalud-2017%20\(1\).pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cl/Documents/life-sciences-health-care/Perspectiva-Global-del-Cuidado-de-laSalud-2017%20(1).pdf)
 31. Deloitte. (2018).Deloitte's Health & Wellness Progress Report Based on 2017 survey findings Recuperado de: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/consumer-business/2018/Informe-Progreso-Salud-Bienestar-2018.pdf>
 32. Deloitte. (2018). Deloitte's sports industry starting lineup. Trends expected to disrupt and dominate 2018. Recuperado de:

- <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/us-cb-deloitte-sports-business-trends-disruption.pdf>
33. Deloitte. (2009). Encuesta de hábitos deportivos en la Comunidad Autónoma del País Vasco, CAPV. Informe final.p.80. Bilbao: Dirección de Deportes. Departamento de Cultura. Gobierno Vasco. Recuperado en: http://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/berdintasuna_estatistikak/es_es/adjuntos/Encuesta%20h%C3%A1bitos%20dxtvos%20CAV.pdf
 34. Díaz, A. (2004). El deporte como fenómeno sociocultural. Recuperado de: <https://www.um.es/univefd/depcul.pdf>
 35. Dietrich, K., Heinemann K. (1989) Der nicht- sportliche Sport. Schorndorf.
 36. Douglas Hartmann y Christina Kwauk, (Agosto de 2011). Sport and development: an overview, critique, and reconstruction. *Journal of Sport and Social Issues*, vol. 35, núm. 3, pp. 284 a 305.
 37. Domínguez, J. L. (1996). Reflexiones acerca de la evolución del hecho deportivo. Universidad del país Vasco. Bilbao.
 38. Durán, C. (2017). Deportes como detonadores de negocios. *Forbes*. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/deportes-como-detonadores-de-negocios/>
 39. Eduardo Blanco, et. al. (2006), *Manual de la Organización Institucional del Deporte*, 2ª edición, Paidotribo, España. 2006, p. 22
 40. Echeverría, J. (2016), *Industrias Culturales y Creativas. Perspectivas Indicadores y Casos*, Sinnergia Social Innovation, España. Recuperado de: <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/20923/El%20Deporte%20en%20la%20Econom%C3%ADa%20Creativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 41. *El Economista*. (2018). México tiene potencial en la industria deportiva: Euroaméricas. Recuperado de: <https://www.economista.com.mx/deportes/Mexico-tiene-potencial-en-la-industria-deportiva-Euroamericas-20160208-0009.html>
 42. Espejo-Saavedra, J. (2002), *Elaboración de un modelo de impacto del fútbol profesional en la economía española*, 1ª edición, 307 páginas.
 43. Eppensteiner, F., en Monroy Atón, A. J., Sáez Rodríguez, G. (2007). *Historia del deporte, de la prehistoria al renacimiento*, pp. 22-23.
 44. Figueroa, S. (2002), *Un marco conceptual de la oferta del deporte*, *Revista Digital*, Buenos Aires, año 8, Número 55.
 45. Fred Coalter. (2013). *Sport for Development: What Game Are We Playing?*, Nueva York, Routledge.
 46. García, Miramón, F., (agosto de 2016). El presupuesto asignado al deporte en México. Centro de Investigación Económica y Presupuestaria, A.C. Recuperado de: <https://ciep.mx/el-presupuesto-asignado-al-deporte-en-mexico/>.
 47. García, B., Arceo, K., López, C. (2018). Fútbol y política en Latinoamérica. *Foreign Affairs*. Recuperado de: <http://revistafal.com/futbol-y-politica-en-latinoamerica/>
 48. Gates, D. M., Succop, P., Brehm, B. J., Gillespie, G. L. y Sommers, B. D. (2008). Obesity and presenteeism: The impact of body mass index on workplace productivity. *Journal of Occupational & Environmental Medicine*, 50, 39-45.
 49. García D. (2019) *Comunicación, deporte y género: un campo científico aún en formación en América Latina*, Universidad Nacional Autónoma de México, Posgrado en ciencias políticas y sociales, Tesis para obtener el grado de maestra en comunicación, Ciudad de México, agosto, 2019.

50. García, J. (2004), La economía del deporte, el caso mexicano, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Economía, Tesis para obtener el título de licenciado en economía, Ciudad de México, marzo, 2004.
51. Glyn C. Roberts, Cyprian N. Maro y Marit S.. (2012), Using sport to promote HIV/AIDS education among at-risk youths in Sub-Saharan Africa, en *Sport for Development, Peace and Social Justice*, Robert J. Schinke y Stephanie J. Hanrahan, eds. (Morgantown (Virginia Occidental), Fitness Information Technology, 2012), p. 156
52. Gratton, C., Simon, S. and Richard C. (May 2005). Sport and Economic Regeneration in Cities ,*Urban Studies* Vol. 42, No. 5/6, REVIEW ISSUE: CULTURE-LED URBAN REGENERATION pp. 985-999. Sage Publications, Ltd. Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/43197308>
53. Gutiérrez, J.(s.f.). Fundamentos de Administración Deportiva. Recuperado de: http://viref.udea.edu.co/contenido/menu_alterno/apuntes/ac41-fundamentos.pdf
54. González, A. (25 de julio de 2012). La intrahistoria del Dream Team. *Elmundo.es*.
55. Haye, R., & Cuskelly, G. (2007), *Sport Governance*, Oxford: Elsevier.
56. Heinemann, K., (1998): *Introducción a la Economía del Deporte*. Paidotribo. Barcelona.
57. Heinemann, K., (2001): *La Repercusión Económica del Deporte: Marco Teórico y Problemas prácticos*.
58. Hobsbawm, E. (1991), *La era del Imperio (1875- 1914)*. Barcelona, Labor.
59. Huerta, O. (2018) *Deporte y finanzas: el caso de los grandes equipos europeos de fútbol, 2010-2015*. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Estudios superiores Acatlán, Tesis para obtener el título de maestro, Estado de México, mayo 2018.
60. Jacoby, E., Bull, F. and Neiman, A. (2003) Cambios acelerados del estilo de vida obligan a fomentar la actividad física como prioridad en la Región de las Américas. *Revista Panamericana de Salud Pública*, número 14, pp.223-225.
61. Kavetsos, G., & Szymanski, S. (2010). National well-being and international sports events. *Journal of Economic Psychology*, volume 31, issue 2, pág. 158-171.
62. Kruse, J. (1991). El impacto económico de los informes deportivos gratuitos en la televisión. pp. 26-27. Baden-Baden.
63. Lizola-Romero, L., Benavent-Valenzuela, S., Parra-Ramírez, Gabriel., Guillén-Abarca, J., Mota-Figueroa, M (2017). *Mercadotecnia en los deportes*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente Repositorio Institucional del ITESO. Recuperado de: <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/5107/Mercadotecnia+en+los+deportes.pdf;jsessionid=ABEC67D46FFFAF844F6F097DAEEBEC2F?sequence=2>
64. Mandell, R. (1986). *Historia cultural del deporte*. Bellaterra. Barcelona.
65. Martha S. (2009). Dilemmas and opportunities in gender and Sport-in-Development”, en *Sport and International Development*, Roger Levermore y Aaron Beacom, Nueva York, Palgrave Macmillan, pp. 124 a 155.
66. Martínez, N. (2016). *El deporte en la Edad Media*. Universidad de la Rioja. Servicio de Publicaciones. Recuperado de: https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE001705.pdf
67. Market data México, Inteligencia Comercial,(2019), *Estudio de mercado: Comercio mayorista de artículos deportivos en México* Recuperado de:

- <https://www.marketdatamexico.com/es/estudios-mercado/comercio-mayorista-de-articulos-deportivos-en-mexico>
68. Medina, R. (2006) Organización y gestión del deporte municipal y su relación con la calidad ofrecida a los ciudadanos. Caso dirección de deportes del municipio de Monterrey. Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/1731/1/tesis.Dra.R.E.Medina-Rodriguez.pdf>
 69. Mesa, R. ,Arboleda, R.,(2007), Aproximaciones teóricas al estudio de la relación economía y deporte, Revista Análisis Económico, volumen XXII, número 51, pp.289-310 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco, Ciudad de México, México. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41311486015>
 70. Monroy, A.J. y Sáez Rodríguez, G. (2007). Historia del deporte: De la Prehistoria al Renacimiento. Wanceulen Editorial Deportiva, Sevilla. Pp. 146-148
 71. Montero, J., Celis , D. (2014). El Fútbol mexicano como instrumento de poder económico y político. Recuperado de: <http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2014/Jonathan%20Montero%20Oropeza.pdf>
 72. Moragas, M. (s.f.). Deporte y medios de comunicación. Sinergias crecientes Recuperado de: http://www.quadernsdigitals.net/datos/hemeroteca/r_32/nr_464/a_6270/6270.pdf
 73. Moragas, M. (2007). Comunicación y deporte en la era digital, Universidad de Barcelona. Ref. WP107.
 74. Musich, S., Hook, D., Baaner, S. y Edington, D. W. (2006) The association of two productivity measures with health risks and medical conditions in an Australian employee population. American Journal of Health Promotion, 20, 353-363.
 75. O'Boyle, I. (2016), Exploring Issues of trust in collaborative sport governance, Journal of Sports Management.
 76. Opolska, I., Proskina, L. (28 de abril de 2017). Sports Role in Economics. Conference internacional. Economic Science For Rural Development. Recuperado de: http://lufb.ltu.lv/conference/economic_science_rural/2017/Latvia_ESRD_45_2017-322-329.pdf
 77. Orozco, A. (2018), Análisis de la relación presupuesto-medallas olímpicas del fútbol y taekwondo en México de 1988-2016. Universidad Autónoma de México, Facultad de Economía, Tesis para obtener el título de licenciado en economía, Ciudad de México, 2018.
 78. Pedrosa, R., Salvador, J. (2003) El Impacto del deporte en la economía: problemas de medición. Revista Asturiana de Economía – RAE N° 26 2003. Recuperado de: <http://www.revistaasturianadeeconomia.org/raepdf/26/P61-84.pdf>
 79. Pérez, I. (2018). Los países que más invierten en deporte en América Latina. Grupo Financiero Monex. Recuperado de: <https://blog.monex.com.mx/los-paises-que-mas-invierten-en-deporte-en-america-latina>
 80. Pratt, M., C.A. Macera y G. Wang (2000). *Costos médicos directos más altos asociados con la inactividad física*. El Fisiólogo y la Medicina de Deportes 28(1), CDC: Atlanta.
 81. Resumen Ejecutivo: Informes de diagnóstico del deporte mexicano. Dirección General de Bachillerato, Secretaría de Educación Pública. Recuperado de: <https://www.dgb.sep.gob.mx/acciones-y>

- programas/ESDM/Informes_Sectoriales/Resumen_Ejecutivo_Informes_Sectoriales.pdf
82. Reyes, M. (2006). Política deportiva: factores reales del sistema deportivo. LIBERABIT, Universidad de San Martín de Porres. Recuperado de: <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v12n12/a06v12n12.pdf>
 83. Richard Pomfret and John K. Wilson.(2011). *The Peculiar Economics of Government Policy towards Sport*.*Agenda: A Journal of Policy Analysis and Reform* Vol. 18, No. 1 (2011), pp. 85-98.Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/43200623>
 84. Rodríguez, P. (2012). La economía del deporte Estudios de Economía Aplicada, vol. 30, núm. 2, pp. 387-417 Asociación Internacional de Economía Aplicada Valladolid, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/301/30124481001.pdf>
 85. Rodríguez, M. (2010) El origen del deporte contemporáneo en los países centrales y su legado en la evolución de la educación. Revista Digital. Buenos Aires, año 15, número 147. Recuperado de: <https://www.efdeportes.com/efd147/el-origen-del-deporte-contemporaneo-en-los-paises-centrales.htm>
 86. Rodríguez, Placido. (2012). *La economía y el deporte. Estudios de Economía Aplicada, vol. 30, núm. 2.* Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/301/30124481001.pdf>
 87. Rosenau, J. and Czempiel, E.O. (1992) *Governance without Government: Order and Change in World Politics*. Cambridge University Press, London. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511521775>
 88. Rottenberg.S.(Junio de 1956) *The Journal of Political Economy*, The Baseball Players' Labor Market Vol. 64, No. 3. pp. 242-258. Recuperado de:<http://links.jstor.org/sici?sici=00223808%28195606%2964%3A3%3C242%3ATBPLM%3E2.0.CO%3B2-V>
 89. Rubio, I., Sanchís, A. (2018). Quiero ser jugador profesional de eSports. El País. Recuperado de: https://elpais.com/tecnologia/2018/02/19/actualidad/1519038599_151269.html
 90. Rosentraub, M, Swindell, D, Przybylski, M & Mullins, D. (1994). Sport And Downtown Development Strategy If You Build It, Will Jobs Come?. *Journal of Urban Affairs*, volume16 issue 3, pág. 221-239.
 91. Salinas, J. Marketing deportivo. Emociones y Sentimientos. Pasión los 365 días del año. La Liga BBVA Bancomer. Recuperado de: https://www.uaq.mx/fe/docs/IVcongreso/Memorias/26_Viernes/Ponencias/Confere ncia2.pdf
 92. Samuelson y Nordhaus, (1992): *Economía*; Ed. Mc Graw-Hill.
 93. Sánchez, A. Análisis presupuestal del deporte en México. De: 2018.http://www.cucea.udg.mx/include/publicaciones_drupal/pdfs/deporte_mexico.pdf
 94. Scitovsky, T. (diciembre de 1976): *The Joyless Economy*, Oxford University Press, Oxford [trad. al castellano: Frustraciones de la riqueza, FCE, México.
 95. Simon Darnell. (2016). El Deporte como forma de Promover el desarrollo internacional”,Crónica ONU, Volumen LIII Número 2. Recuperado de: <https://unchronicle.un.org/es/article/el-deporte-como-forma-de-promover-el-desarrollo-internacional>

96. Stefan y Szymanski. (2003). The Assessment: The Economics Of Sport .*Oxford Review of Economic Policy* Vol. 19, No. 4, The Economics Of Sport (Winter 2003), pp. 467-477. Recuperado de:<https://www.jstor.org/stable/23606854>
97. Tess, K.(Noviembre de 2009). Developing through sport: evidencing sport impacts on young people. *Sport in Society*, vol. 12, núm. 9. pp. 1177 a 1191.
98. Torreblanca, C. (31 de agosto de 2016). ¿Por qué el rendimiento olímpico de México no mejora?. *Horizontal*. Recuperado de: <https://horizontal.mx/por-que-el-rendimiento-olimpico-de-mexico-no-mejora/>
99. UNESCO, (2009), Marco de estadísticas culturales. Recuperado de: www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/framework/FCS_2009_SP.pdf
100. UNESCO, (2009), <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-%09cultural-expressions/tools/policy-guide/como-usar-esta-guia/sobre-definiciones-%09que-se-entiende-por-industrias-culturales-y-creativas/>
101. UNCTAD, Base de datos. ¿Qué se entiende por industrias culturales y creativas? Recuperado de: www.unctad.org/creative-programme
102. Varian, (1992): *Microeconomía intermedia*, Antoni Bosch, Editor.
103. Weber, Max. (1964). *Economía y Sociedad: Esbozo de sociología comprensiva*. Fondo de cultura económica.
104. Woldenberg,(s.f.) J. La industria del futbol. *Revista de la Universidad de México*. Recuperado de: http://www.revistadelauniversidad.unam.mx/ojs_rum/files/journals/1/articles/16297/public/16297-23375-1-PB.pdf