

La Industria del Deporte Post Covid-19

Antonio Dávila

Los ingresos del deporte

Profesional

- Sponsors
- Marketing
- Media
- Estadio

Recreativo

- Gobierno
- Usuarios
- Niños



Fuerzas de la crisis—Impacto económico

- Caída del PIB: 6-12%
 - Impacto sobre el poder adquisitivo
- Globalización versus proteccionismo
 - Reforzar mercados locales
- Cambios geopolíticos
 - Tensiones Este - Oeste
- Recuperación: de la V a la L
 - Estado de “salud” del tejido económico

Fuerzas de la crisis—Impacto social

- Cambio de hábitos
 - Consumo de entretenimiento ya sea deporte profesional o recreativo—volverán los fans a eventos y clubs?
- Distancia social
 - Impacto en estados y clubs de práctica deportiva
- Ahorro vs. deuda
 - Menos renta disponible impactando gastos discrecionales
- Interacciones digitales
 - Incremento del consumo digital—plataformas OTT, redes sociales, marketing digital
- Cambios políticos
 - Inestabilidad, ideología, confrontación

Deporte profesional—impacto económico

- Devaluación generalizada de activos
 - Sponsors (sobretudo locales) se enfrentan a un mercado con menos potencial económico
 - Fans con menos poder adquisitivo con impacto en marketing y estadios
 - “Media:” incremento de consumo en casa, mejora de la experiencia del consumidor, guerra de OTTs
- Transmisión a toda la cadena de valor
 - Clubs afrontando problemas financieros, según el momento financiero en el que les cogió la crisis—papel de las federaciones y el gobierno. Negociaciones
 - Impacto sobre sueldos

Deporte profesional—impacto económico

- Refuerzo de las ligas locales
 - Localización puede llevar a limitar la libre circulación de personas
 - Fragmentación de mercados globales

- Cambios de propiedad
 - Activos más baratos atraen compradores con liquidez
 - Implicaciones sociales y políticas del deporte puede poner la industria en medio del conflicto geopolítico

Deporte profesional—impacto social

- Distancia social
 - Impacto sobre asistencia a estadios: regulación, perspectiva de los fans

- Cambio de hábitos
 - Modelos digitales
 - E-sports

 - Consumo: restauración, viajes, transporte, entretenimiento, turismo
 - Modelo social y económico: depende del grado de destrucción del tejido económico

Oportunidades

- Organizaciones más débiles
 - Situación económica delicada por tema de balance
 - Modelos de negocio anticuados—fueron retrasando los cambios necesarios
 - Mercados más afectados por la situación económica

- Colaboración
 - El futuro depende de colaborar
 - Reinventarse depende de trabajar en equipo

Oportunidades

- Entornos cada vez más cambiantes
 - Tecnologías que van a redefinir el mundo y cada vez más importantes en los negocios
 - Nuevos modelos de negocio en un mundo más dinámico
 - Cisnes negros... cada vez más frecuentes?
 - Ser buenos en ejecutar (gestionar) ya no es suficiente, reinventarse debe ser una constante

- La magia de las predicciones
 - Siempre alguien acertará: por pura suerte
 - Las predicciones no son para creérselas, sino para entender mejor los cambios
 - No fiarse de las predicciones, demasiadas variables en movimiento

Nuevo paradigma de gestión

- Entornos cada vez más complejos requieren una nueva forma de gestionar
 - Creación (reinvención) tan importante como ejecución
 - Visionarios versus la sabiduría de las “masas”
 - Información cualitativa domina a la cuantitativa
 - Sistematizar el seguimiento del entorno: sistemas, procesos, cultura
 - Aprender a adaptarse rápidamente frente al enfoque de planificación más tradicional

Conclusiones

➤ Cambios impredecibles

- Impacto económico muy significativo: caída del PIB, deterioro del tejido económico
- Nuevos modelos socio-políticos: global y local
- Impacto social: cambio de hábitos temporales y permanentes
- El mundo a la salida del túnel no será el mundo que conocíamos a la entrada

➤ Sector deportivo

- Devaluación de activos
- Evento seguirá siendo el eje del producto deportivo
- Producción audiovisual gana todavía más importancia
- Aprender del mundo de los e-sports

Conclusiones

➤ Gestión

- Nuevo paradigma de gestión
- Sistemas, procesos y culturas dirigidas a gestionar la complejidad del entorno
- Personas como sensores del mercado
- Colaboración para procesar la complejidad externa y aprovechar las oportunidades que se están abriendo