



Implantación de la Marca España en Economías Emergentes

PONENCIA

4/2013

1. La Marca España.

1. Importancia de la Marca España.
2. Función y Comportamiento de la Marca.
3. Importancia del Deporte en la Construcción de la Marca País.
4. El proceso de generación de la marca
5. ¿Por qué es buena la marca España del Deporte?

2. Implantación en Economías Emergentes.

1. ¿Qué hicimos bien? Y hay que replicar...
2. ¿Qué hicimos mal? Y no hay que repetir...
3. ¿Cual es el Circulo Virtuoso del Modelo deportivo Español?
4. El caso de Iberoamérica y su situación.
5. ¿Cuales son los retos de un Modelo de Éxito en Latinoamérica?
6. Tropicalización del Modelo.



3. Consideraciones Finales.

1. El deporte como Cuestión de Estado.
2. Oportunidad exportación-



1. La Marca España



1- La Marca España.

1.1. Importancia de la Marca España.

La Marca España **aporta a los intereses generales del País:**

POSICIONAMIENTO



Mayor capacidad de negociación e influencia de nuestras empresas e instituciones

VALORES



Basado en la proyección de una imagen de honestidad esfuerzo, lealtad, sacrificio..

COHESION



Que contribuyen la sostenibilidad y unión de la identidad nacional, une al colectivo, nos da sentido

OPORTUNIDAD



De ser más competitivos en una economía globalizada y de mantener posiciones en el mercado

1- La Marca España.

1.2. Función y Comportamiento de la Marca España.

La Marca España es un **motor de prestigio internacional** que actúa como:

- Una excelente **Tarjeta de visita comercial** para abrirse camino en nuevos mercados.
- Un **Sello de Calidad y Competitividad** de nuestros productos y servicios.



Como consecuencia, la Marca España, tiene **como función principal**:

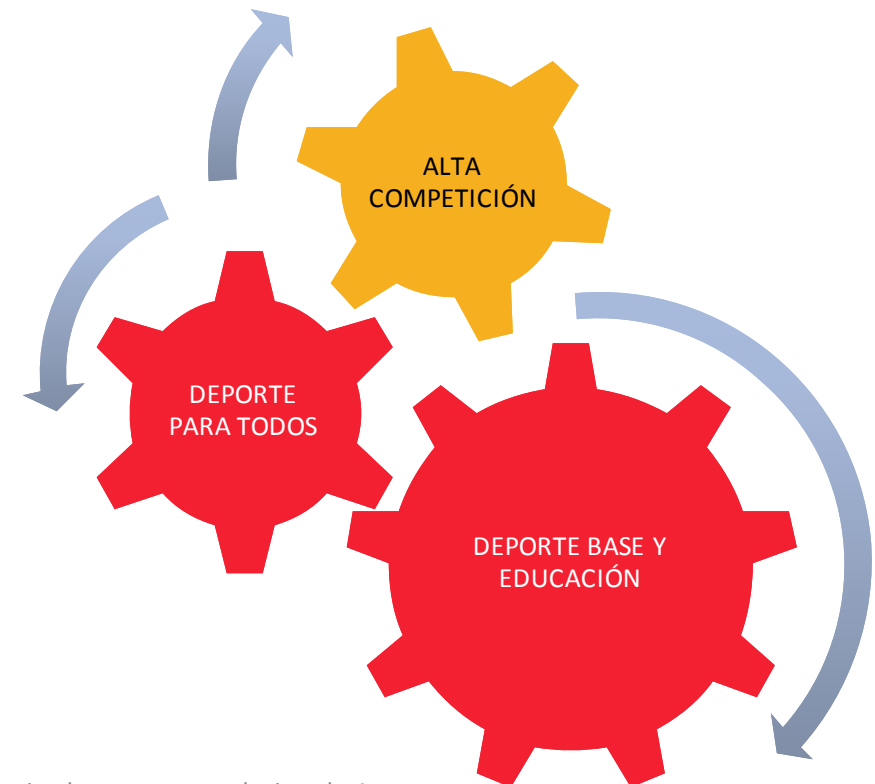
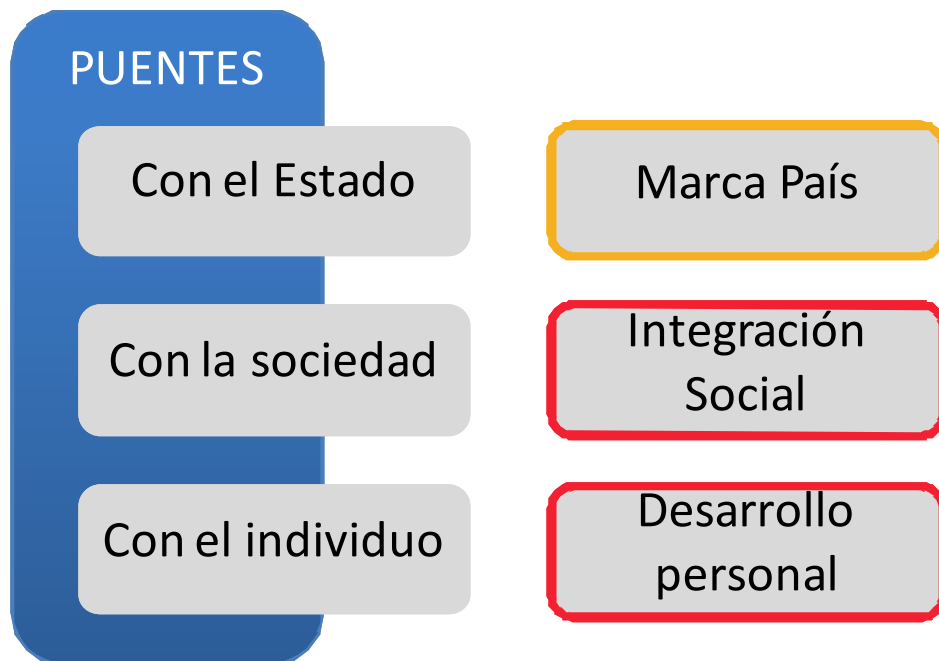
- ✓ **Vender nuestros conocimientos “Know How”.**
- ✓ **Vender nuestras empresas fuera.**
- ✓ **Atraer inversión extranjera a España.**
- ✓ **Mejorar la Balanza Comercial.**



1- La Marca España.

1.3. Importancia del Deporte en la Construcción de la Marca España.

- Máxima visibilidad a través de los **éxitos alcanzados en la Alta Competición: repercusión mediática a nivel mundial.**
- Ser líderes mundiales en deporte y en la practica de ejercicio físico = **sociedad más sana, más formada y más integradora.**



1- La Marca España.

1.4 El proceso de generación de la Marca España del Deporte



1- La Marca España.

1.5 ¿Por que es buena HOY ,la Marca España del Deporte?

- + A la vanguardia del **deporte de Alta Competición** internacional.
- + Líder en disciplinas de **máxima audiencia y seguimiento** internacional:
Futbol, baloncesto, balonmano, tenis, automovilismo, motociclismo, golf...
- + Manifiesta **capacidad y experiencia en la organización** de eventos internacionales.
- + Contamos con una excelente **red de infraestructuras y un elevado ratio de practica deportiva** que son referencia dentro y fuera de nuestro entorno.

= **RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL DE MARCA PAÍS...**



...fruto del **esfuerzo y aportación de muchas personas e instituciones**



2. Implantación en Economías Emergentes



2- Implantación en Economías Emergentes.

2.1. ¿Qué hicimos bien? Y hay que replicar...

El Modelo Deportivo español se transformo siguiendo un proceso de “**benchmark**” con los países más desarrollados de nuestro entorno:

- **Miramos a Europa** como punto de referencia dentro de nuestro entorno natural. **Copiamos las mejores prácticas** de los países mas avanzados socialmente.
- **Interpretamos los Modelos de éxito** para su adaptación a nuestro sistema e idiosincrasia.
- **Impresionante esfuerzo Inversor Administración**
- Generamos miles de capacitadores del deporte. (INEFS----)
- Demostramos capacidad Organizativa



2- Implantación en Economías Emergentes.

2.2. ¿Qué hicimos mal? Y no hay que repetir...

Sin embargo, también **cometimos errores**:

NO SOSTENIBILIDAD



De algunas instalaciones y servicios

NO PLAN DIRECTOR



Que permitiese visualizar el horizonte a l/p

NO CUESTIÓN DE ESTADO



Falta de implicación responsable de las instituciones

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.3. ¿Cual es el **Circulo Virtuoso del Modelo** deportivo Español?

- Los excelentes resultados en la Alta Competición son el resultado de un Modelo que los sostiene.
- Las claves para alcanzar estas cotas de éxito han sido:

EDUCACIÓN



Iniciación en el deporte desde la edad escolar.

HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES



Desarrollo del modelo de deporte para todos.

COMPETICIÓN



Éxitos que generan ídolos y modelos a seguir.

EFFECTO ESPEJO



Reflejo en la sociedad que retroalimenta el circulo.

INSTALACIONES



E infraestructuras modernas que acercuen el deporte a la sociedad

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. I

Situación del Deporte en Iberoamérica.

Economía en la región

- América Latina es una región de contrastes, con **la distribución de riqueza más desigual del planeta.**
- **10 de los 15 países del mundo con distribución del ingreso más injusto**, son latinoamericanos.
- Desde 1990 a hoy, en toda América Latina **descendió casi en 20% la pobreza y en 10% la indigencia**, un logro monumental para un lapso de 20 años.
- En los últimos 10 años en toda la región creció la economía y aumentó el empleo, destacando el **crecimiento de Argentina y Perú con un 8,9% y 6,9% respectivamente.**
- Si bien **la crisis repercutió en la región, no tuvo el efecto dramático** de otras veces, y de otras zonas.

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. II

Situación del Deporte en Iberoamérica.

La Salud en Latinoamérica

- El porcentaje de latinoamericanos que dice estar **satisfecho con su salud es muy alto, 85%**, aunque este número no difiere significativamente del de otras regiones del planeta.
- **Chile, que es el país más intolerante en este sentido**, seguido por otros como Paraguay, Uruguay, Brasil y Argentina.
- **Los problemas de salud más comunes son:**
 - Sufren de dolores (25%); presentan ansiedad (18,3%); tienen limitaciones en movilidad (10%); no son capaces de hacer actividades normales para personas de su edad (9,5%); y tienen dificultades o imposibilidad para bañarse o vestirse por su cuenta (3,8%).

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. III

Situación del Deporte en Iberoamérica.

Impacto del sedentarismo

- **El sedentarismo mata a 3,2 millones de personas** por año en el planeta. De hecho, es considerado la cuarta causa de muerte en el mundo por la Organización Mundial de la Salud (OMS).
- **En la región la actividad física es más frecuente entre los hombres (61%)** que las mujeres (47%).
- Además **crece con el nivel socio económico de las personas**: 73% en los estratos superiores, 47% en los niveles más bajos.
- Por el contrario, **disminuye con la edad**: 65% en los más jóvenes, 41% en los más adultos.
- **En Argentina y Brasil se registra el nivel de actividad física más bajo de la región,**

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. IV

Situación del Deporte en Iberoamérica.

Epidemia de Obesidad I

- Según datos del BofA Merrill Lynch Global Research, a nivel mundial, **500 millones de personas sufren de obesidad y 1,4 mil millones tienen sobrepeso.**
- **Los costos médicos de dar tratamiento a pacientes obesos son 40% mayores** que los costos de tratar a pacientes que no presentan esta enfermedad.
- **Estados Unidos estimó que el costo anual** de las enfermedades vinculadas a la obesidad en dicho país **supera los US\$ 190.000 millones**, 21% del gasto médico anual.
- **Brasil, donde el 16% de la población es obesa**, alcanzará los niveles de Estados Unidos, que **junto a México, son los países con mayores tasas de obesidad del mundo.**
- Según la OMS, en 2020, **6 de los países con mayor obesidad, entre la población mayor de 15 años, serán latinoamericanos:** Venezuela, Guatemala, Uruguay, Costa Rica, República Dominicana y México.

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. V

Situación del Deporte en Iberoamérica.

Epidemia de Obesidad II

- América Latina es la región con más personas intentando actualmente bajar de peso (59%), con 9 puntos por arriba del promedio mundial.
- El cambio de hábitos en la alimentación es la principal opción (78%), seguida por el ejercicio físico (69%), el uso de pastillas de dieta, barras y licuados (8%) y la prescripción de medicamentos (3%).
- La actividad física más practicada es caminar, ya que representa 38%, seguida por correr (13%) y asistir al gimnasio (10%).
- El BofA Merrill Lynch Global Research confirma que los esfuerzos por reducir la obesidad representan una «mega tendencia» con implicaciones para los próximos 25-50 años.
- A la luz de estos datos, las oportunidades que tienen tanto la industria de clubes deportivos y gimnasios como los profesionales del sector son enormes.

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. VI

Situación del Deporte en Iberoamérica.

La industria del Gimnasio I

- En América Latina, **la industria de clubes deportivos y gimnasios se caracteriza por su atomización y la predominancia, en términos de cantidad, de pequeños operadores independientes.**
- En Argentina, por ejemplo, **sólo el 4% tiene más de una sede** y el 50% tiene menos de 200 miembros.
- 8 de cada 10 emprendedores del sector llegaron del campo de la actividad física, **con poca o nula formación en negocios** y escasa visión empresarial.
- A principios de los 80, en algunos casos, pero **sobre todo en los 90**, nacieron las primeras cadenas de gimnasios.
- De las 50 principales cadenas de la región, poco menos de la mitad (43,4%) nació en los años 90. Y el **35,9% inició sus operaciones después del año 2000.**
- **El 80% de estas compañías tiene apenas 20 años** de vida en el mercado. De hecho, la edad promedio de sus dueños fundadores es de tan solo 46 años.

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. VII

Situación del Deporte en Iberoamérica.

La industria del Gimnasio II

- Una investigación de Mercado Fitness presentada en el Foro Latinoamericano de Gimnasios, en San Francisco, reveló que **en 2008 las 10 compañías líderes habían tenido ingresos por US\$ 370 millones.**
- **En 2011, los 10 líderes de América Latina tuvieron ventas por US\$ 647,8 millones –en 2012 proyectan incrementarlas en el orden del 34,4%-** es decir que, en tan sólo 4 años, sus ingresos acumulados crecieron más en 75%.
- De esos US\$ 647,8 millones, la mayor parte; el **40,1% proviene del mercado brasileño, seguido por el mexicano con el 25,5%**, el argentino con el 14,4%, el colombiano con el 10,4%, el chileno con el 9% y el peruano con 0,6%.
- **Cabe destacar que Brasil y México son las 2 mayores economías de la región:** tienen la mitad de la población y generan aproximadamente dos tercios de su PBI.
- **Los 10 líderes del sector tienen en conjunto 426 clubes en operación y 112 en construcción.** Emplean a poco más de 19.000 personas y prestan servicios a unos 906 mil usuarios.

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. VIII

Situación del Deporte en Iberoamérica.

Modelo de desarrollo en el sector

- A causa de la informalidad de muchas empresas pero también por la misma juventud del sector, **el mercado financiero no lo ve aún con buenos ojos.**
- **El modelo de franquicia ha crecido sustancialmente.** Hay 13 marcas de origen norteamericano y 2 europeas que están presentes con centros franquiciados.
- Uno de los modelos más novedosos y exitosos del sector, que crece en el mundo principalmente a través del franchising, **es el de gimnasios de bajo costo (low cost).**
- Algunas de las marcas más renombradas son Planet Fitness (Estados Unidos), McFit (Alemania), Basic-Fit, (Países Bajos) y The Gym (Inglaterra).
- La mensualidad de **un SmartFit ronda los US\$ 25 dólares**, mientras que en **club Bio Ritmo o Sport City**, las compañías que impulsan a esta marca low cost, la cuota mensual esta entre **120 y 200 dólares.**

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. IX

Situación del Deporte en Iberoamérica.

Principales dificultades del sector en la región I

- **Competencia:** La **falta de regulación del sector** da lugar a cierta informalidad en la que operan muchos gimnasios, generando una competencia desleal que aplasta los precios.
- **Cargas tributarias:** Los **altos impuestos** que no todos pagan y deben afrontar aquellas empresas que optan por un esquema formal de trabajo.
- **Falta de conciencia:** La **poca importancia que gran parte de la población le da a la actividad física para su salud**, acarrea fundamentalmente 3 consecuencias:
 - 1) **La mayoría de la gente no asiste a gimnasios.**
 - 2) El bajo porcentaje de **gente que sí lo hace es muy volátil** en su comportamiento de consumo, lo cual acentúa la estacionalidad de la demanda.
 - 3) Quienes consumen este servicio **están dispuestos a pagar un exiguo porcentaje de sus ingresos**, muy inferior al que destinan a otras actividades.

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. X

Situación del Deporte en Iberoamérica.

Principales dificultades del sector en la región II

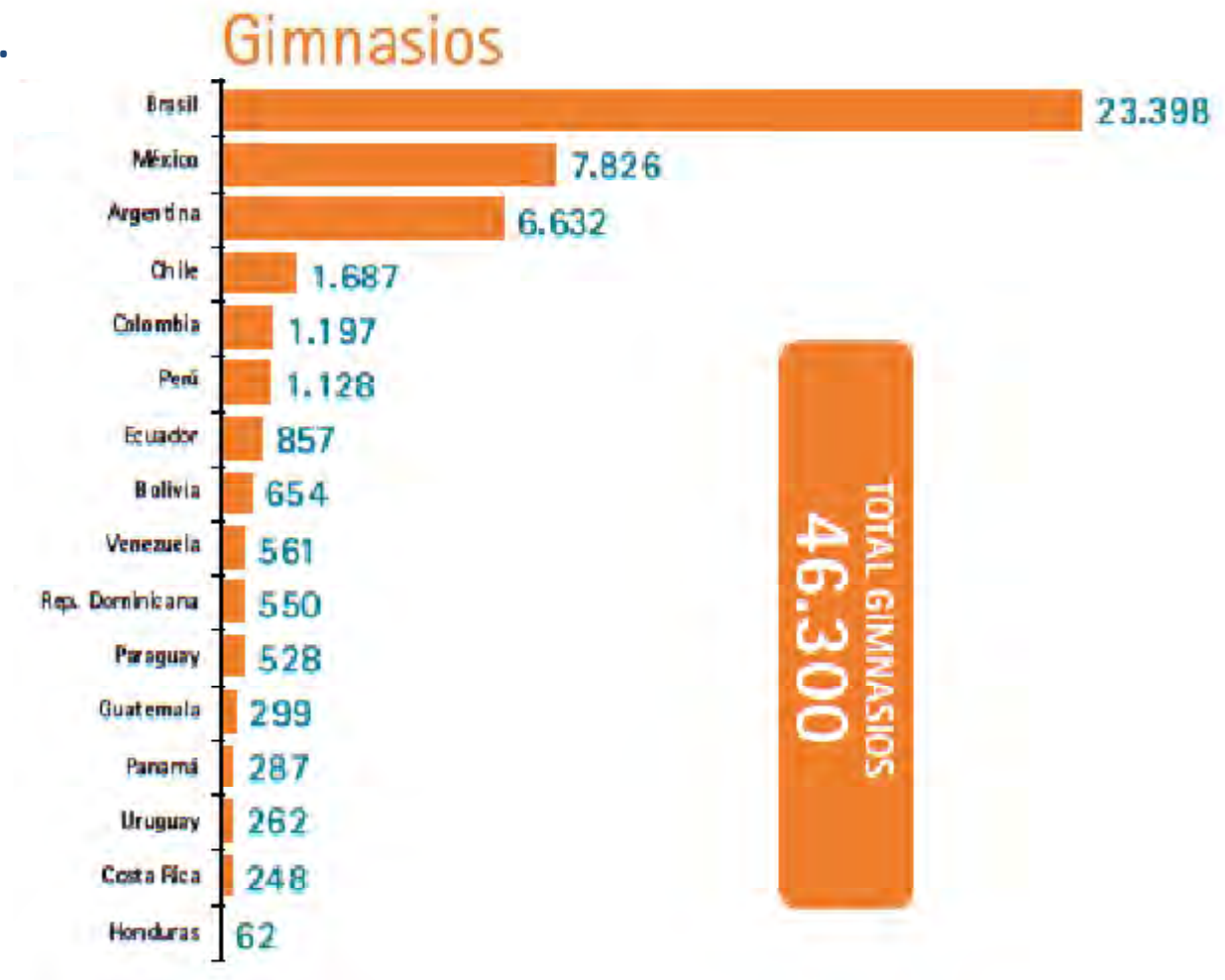
- La mayor dificultad interna para los empresarios es el **manejo de los empleados**.
- **Formación:** Según lo indica el 68% de los empresarios, **faltan recursos humanos bien capacitados** desde el punto de vista profesional y técnico.
- **Motivación:** Casi la mitad de los empresarios (41,5%) reconoce **como problemática el pobre nivel de motivación** que caracteriza a muchos de sus empleados.
- **Rotación:** El 22,6% de los empresarios dijo que la rotación de empleados, sobre todo en las **áreas de recepción y ventas, es una dificultad**.
- **Legislación:** Y por último, el 18,9% de los empresarios de gimnasios declara **problemáticas vinculadas a la legislación laboral** que rige al sector en los mercados de América Latina.

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. XII

Situación del Deporte en Iberoamérica.

EL SECTOR EN CIRAS



2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. XIII

Situación del Deporte en Iberoamérica.

EL SECTOR EN CIRAS

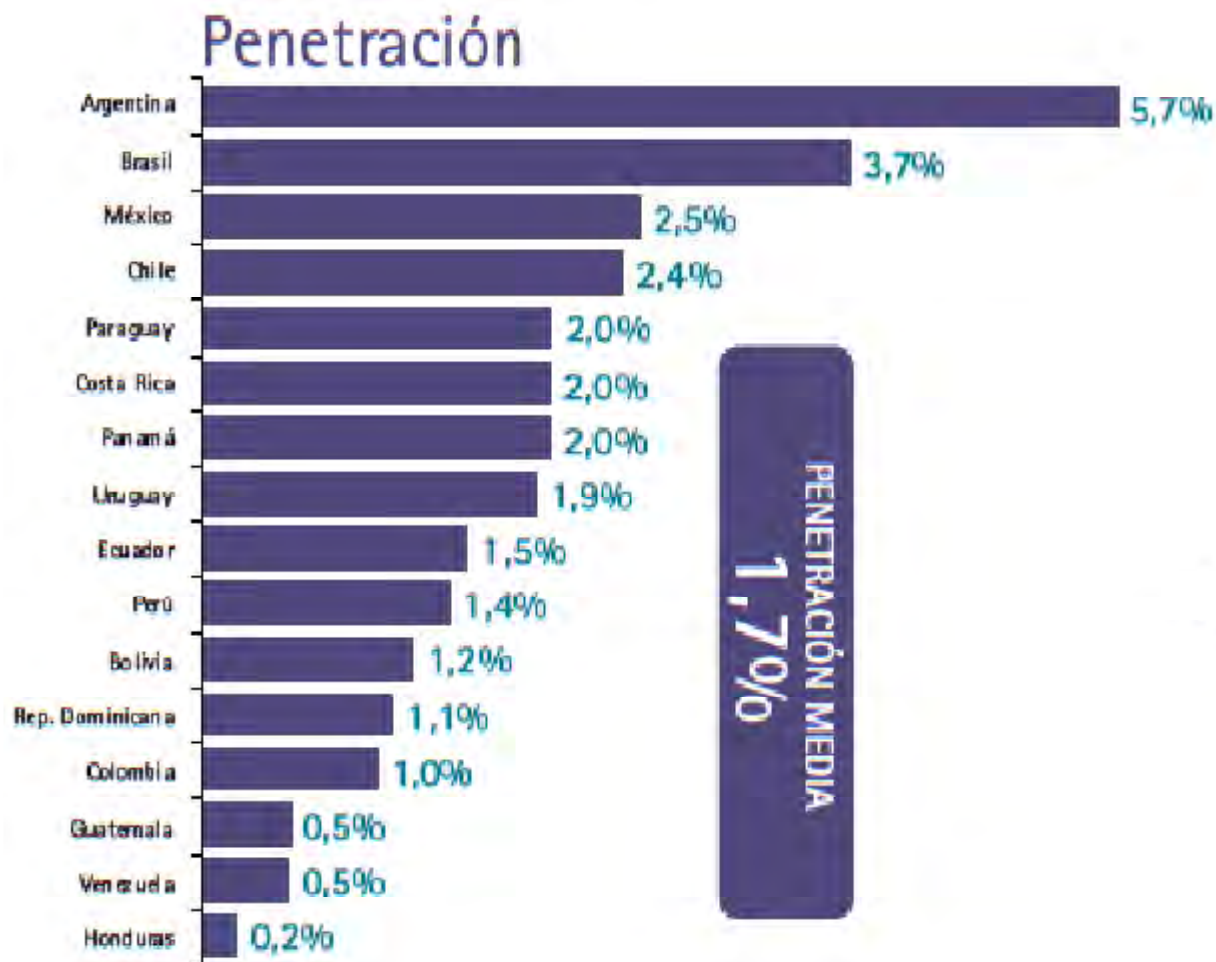


2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. XIV

Situación del Deporte en Iberoamérica.

EL SECTOR EN CIRAS



2- Implantación en Economías Emergentes.

2.4. El caso de Iberoamérica y su situación. XV

Situación del Deporte en Iberoamérica.



EL SECTOR EN CIRAS

Comparativa de Indicadores del Deporte con el referente Español
Situación del Deporte en la República de México



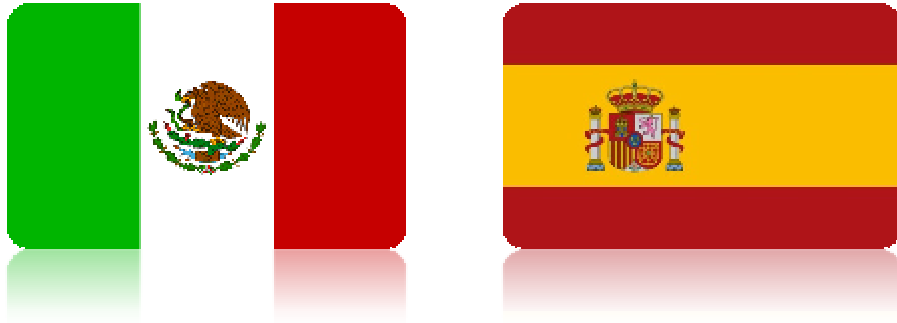
W SPORTS



2012

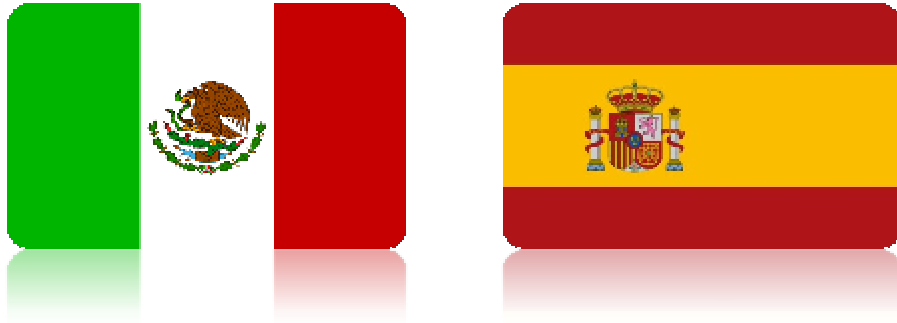


W S P O R T S



Introducción

- El Deporte es uno de los principales Indicadores del nivel de desarrollo de un país.
- Para la determinación de la situación del Deporte, se toman como referencia los siguientes Indicadores:
 - Inversión en Deporte.
 - Hábitos de Practica Deportiva.
 - Nivel de Salud.
 - Incidencia en la Educación.
 - Infraestructuras.
 - Federaciones y Competición.
 - Profesionalización y Capacitación de los Agentes.

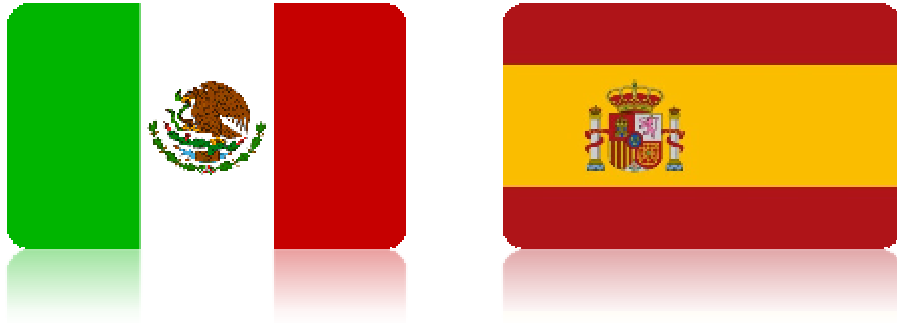


Inversión en Deporte

- Tabla de resultados:

	MÉXICO	ESPAÑA
ECONOMICO		
Población (Millones de habitantes)	113.500.000.000	46.200.000
Total Inversión Pública en Deporte en el País	\$ 10.950.000.000,00	\$ 51.370.932.979,00
Inversión por habitantes (€)	\$ 96,48	\$ 1.111,92

- **España invierte 5 veces más** en deporte que México, aún siendo su población muy inferior a la mitad.
- El gasto **per cápita en España** esta por encima de los 1.000 pesos, siendo **10 veces más** que en el caso de México.

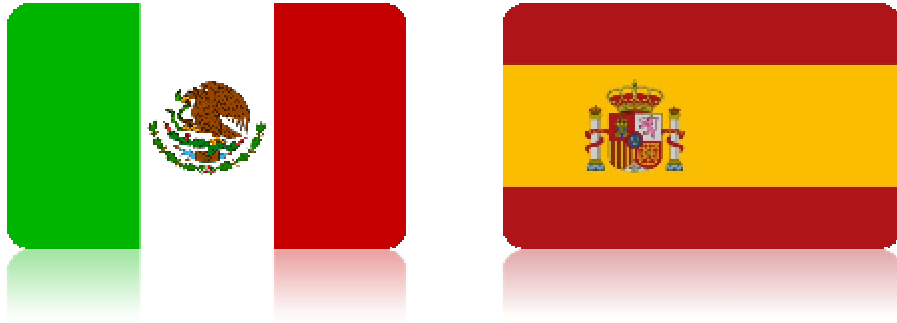


Hábitos de Practica Deportiva

- Tabla de resultados:

HÁBITOS	MÉXICO	ESPAÑA
Practica deportiva en la población	32% (¿?)	43%

- En México, la práctica deportiva en la población se sitúa **11 puntos por debajo que en España.**
- Si incluyésemos caminar como practica de ejercicio físico, en **España el índice de práctica ascendería al 74% de la población.**
- Además de este diferencial, en España se practica deporte con **mayor frecuencia y durante más tiempo.**

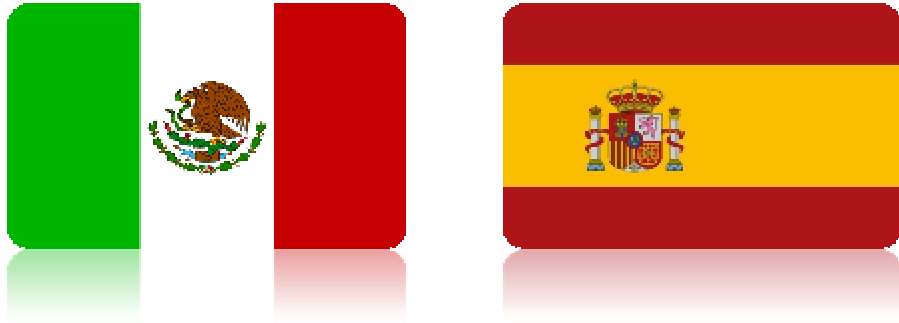


Nivel de Salud

- Tabla de resultados:

	MÉXICO	ESPAÑA
SALUD		
Prevalencia de sobre peso en poblacion adulta	40%	38,5%
Prevalencia de obesidad en poblacion adulta	32%	14,5%
Prevalencia de sobre peso en poblacion infantil y juvenil	26%	12,4%
Prevalencia de obesidad en poblacion infantil y juvenil	19%	13,9%

- La prevalencia de sobre peso en la población **es elevada en ambos casos** como es habitual en países desarrollados.
- Sin embargo, la prevalencia de la **obesidad “patológica” se duplica en México** respecto a España.

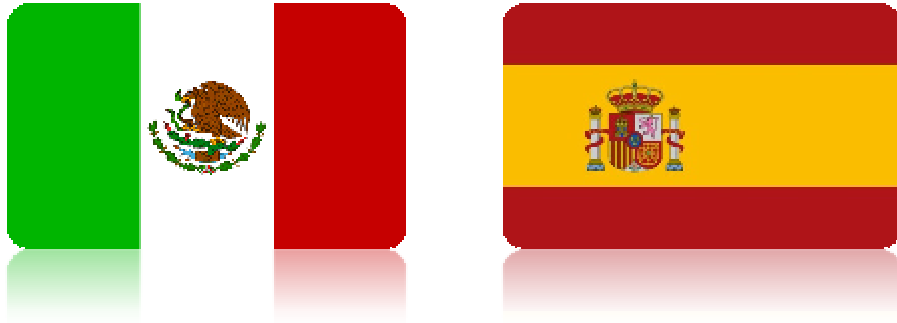


Importancia en la Educación

- Tabla de resultados:

	MÉXICO	ESPAÑA
ENSEÑANZA		
Horas semanales de educación física en los colegios		
		0,7
		2,5

- En los colegios e institutos españoles, la enseñanza de educación física, multiplica el **tiempo dedicado por más de 3 veces respecto a México.**
- Esto se traduce en una diferencia sustancial en los índices de obesidad infantil y juvenil de ambos países.

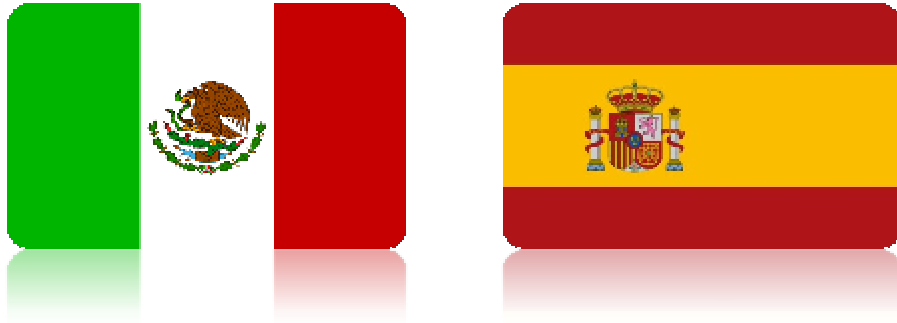


Infraestructuras

- Tabla de resultados:

	MÉXICO	ESPAÑA
INFRAESTRUCTURAS		
Número Total de Instalaciones Deportivas	ND	79.050
Ratio de habitantes por instalación deportiva	ND	584
Superficie Total para la Práctica Deportiva (m2)	ND	128.691.903
Superficie Deportiva por habitante (m2)	ND	3
Numero de piscinas climatizadas	ND	11.724
Lamina de piscina climatizada por habitante (m2)	ND	0,06

- **No existe en México un censo federal de instalaciones deportivas, lo que supone un grave impedimento para la correcta planificación deportiva.**
- Sirvan como ejemplo los valores infraestructurales en España.

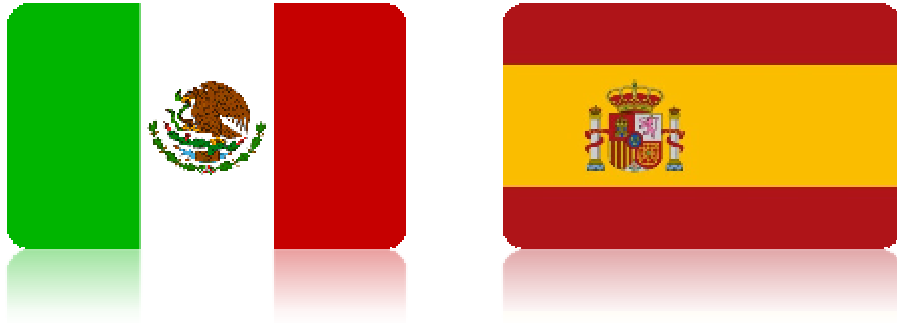


Federaciones

- Tabla de resultados:

	MÉXICO	ESPAÑA
FEDERACIONES		
Numero de deportistas afiliados a federaciones deportivas Olímpicas	550.102	2.097.013
Numero de deportistas afiliados a todas las federaciones	656.637	3.520.192
Numero de Federaciones Deportivas		84
Numero entrenadores titulados por federaciones	ND	668

- **El número de Federaciones es similar en ambos países.**
- **Sin embargo, la participación ciudadana en estas Federaciones es casi 6 veces mayor en España.**



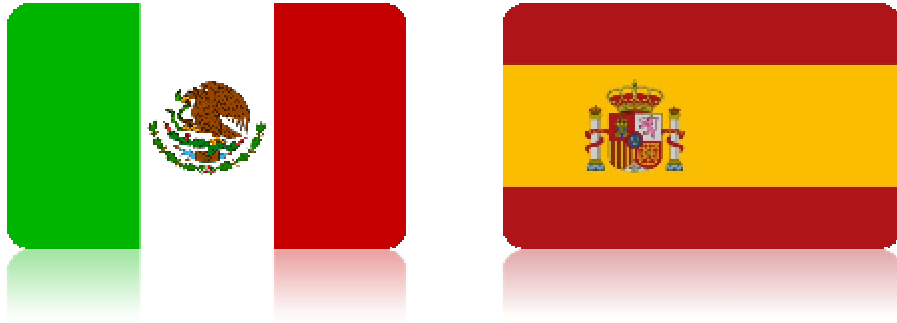
Competición

- Tabla de resultados:

	MÉXICO	ESPAÑA
COMPETICION		
Numero de Centros de Alto Rendimiento		10
Numero de Eventos Internacionales celebrados en el País 211	ND	32
OLIMPIADAS		
Número de Disciplinas de Participacion Olimpica Pekin 2008		23
Numero deportistas en JJ OO Pekin 2008		85
Numero Medallas en JJ OO Pekin 2008		3
Ranking en JJOO Pekin 2008		36

- **España celebró 10 veces más eventos deportivos internacionales** en 2011 que México (3 eventos según el CONADE)

- En los últimos JJOO, **España multiplico por 3 su participación y por 6 el numero de medallas** respecto a México.



Profesionalización y Capacitación de Agentes

- Tabla de resultados:

FORMACIÓN Y EMPLEO	MÉXICO	ESPAÑA
Numero de Titulados en Educación Física	ND	46.000
Numero de Titulados por Habitante	ND	0,001
Media de Ingresos de un Titulado en Educación Física (€)	\$ 120.000,00	\$ 286.603,00

- En México no hay referencia del numero de titulados en deporte en activo. **En España existe 1 Licenciado por cada 1.000 habitantes.**
- La valoración profesional y rango salarial de un Técnico en Deporte **en España multiplica por 2,5 veces el de México.**

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.5. ¿Cuales son los retos de un Modelo de Éxito en Latinoamérica?

Retos internos para el Deporte:

- Generar un Sistema Deportivo Moderno
- Darle rango de Cuestión de Estado Aprovechar su inercia crecimiento.
- Aplicar las experiencias de éxito en el mundo
- Crear formadores y Gestores del Deporte
- Generar Instalaciones INTELIGENTES
- Limpiar / transformar actuales estructuras del Deporte

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.5. ¿Cuales son los retos de un Modelo de Éxito en Latinoamérica?

Retos externos para el Deporte :

- Educar y **concientizar al mayor porcentaje de la población** sobre los beneficios de la actividad física.
- La **actividad física no debe ser considerada un lujo**, ni estar asociada sólo a beneficios estéticos. NO es una elección es una necesidad
- Un aliado debe ser el sector corporativo, para que cada vez **más trabajadores hagan actividad física**.
- **Reconocimiento institucional** del aporte del deporte a la sociedad como agentes de salud.
- Demanda de la creación de **leyes que disminuyan la carga tributaria**.

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.6. Tropicalización del Modelo. I

No cabe pensar en un **Modelo de éxito exportable a Latinoamérica** si no somos capaces de **adaptarlo a sus características particulares**.

- **No todos los países Iberoamericanos son iguales**, existiendo grandes diferencias.
- Encontramos municipios con una **elevada masa de población** pero con baja densidad.
- Existe una **baja demanda** de servicios deportivos, condicionada por la propia estructura de la oferta.
- La oferta **pública es escasa y sesgada** tanto en infraestructuras como en servicios.
- La **oferta privada es excluyente por precio** y se dirige a las clases sociales mas favorecidas.
- Diferentes desarrollos incompletos en cada pilar del Deporte.

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.6. Tropicalización del Modelo. II

Podemos implantar la Marca y el **Modelo Español en Latinoamérica?**

- Contamos con toda la **credibilidad y fuerza de la Marca España** del Deporte.
- Disponemos de la **experiencia y capacitación** suficiente.
- Sabemos **lo que hay que hacer** y lo que no.
- Disponemos de **argumentos transversales** y suficientes para implicar a todos los Agentes.
- Podemos **asegurar resultados más inmediatos** basados en la curva de experiencia española.

2- Implantación en Economías Emergentes.

2.6. Tropicalización del Modelo. III

Como podemos exportar el **Modelo Español en Latinoamérica?**

- **Adaptando el Modelo** a cada país **entendiendo sus circunstancias y necesidades** particulares.
- Dimensionando una **adecuada red de infraestructuras** deportivas, sostenibles y suficientes.
- Estableciendo criterios transversales que fomenten eficientemente la **práctica de ejercicio físico**.
- Potenciando un Modelo de **Deporte para Todos** que democratice la practica deportiva.
- Facilitando una **colaboración Publico-Privada** que redunde en mayor beneficio para el ciudadano.
- Creando la vision de que el Deporte debe ser una cuestión de Estado
- Incidir en la transversalidad

3. Consideraciones Finales



3- Consideraciones Finales.

3.1. El Deporte como Cuestión de Estado.

En España todavía no consideramos el Deporte como una cuestión de Estado, y esto está trayendo algunas consecuencias dramáticas:

RALENTIZACIÓN

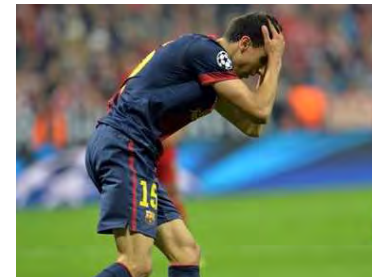


Del desarrollo del deporte en nuestro país

EROSIÓN DE IMAGEN EN EXTERIOR



DESVIRTUALIZACIÓN DEL MODELO



DISMINUCIÓN OPORTUNIDADES



Para exportar nuestras empresas

>> Desgaste de la propia **Marca España** <<

3- Consideraciones Finales.

3.2. Situación del Deporte en España.

La Falta de consideración de “Régimen Especial” que merece el Deporte, se traduce en:

Para la Sociedad	Para la Industria	Para el Estado
<ul style="list-style-type: none"> Disminución de la práctica deportiva 	<ul style="list-style-type: none"> Perdida de volumen de negocio 	<ul style="list-style-type: none"> Disminución de la recaudación
<ul style="list-style-type: none"> Más enfermedad y menos calidad de vida 	<ul style="list-style-type: none"> Perdida de los hábitos de consumo y disminución del tamaño del mercado 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento del gasto sanitario
<ul style="list-style-type: none"> Búsqueda de alternativas de menor precio y baja calidad 	<ul style="list-style-type: none"> Desinversión del sector privado 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de las necesidades de inversión pública
<ul style="list-style-type: none"> Inseguridad falta de cohesión y pérdida de los valores vinculados al deporte 	<ul style="list-style-type: none"> Perdida de fuerza del mensaje positivo del deporte 	<ul style="list-style-type: none"> Quiebra del estado del bienestar y la igualdad
<ul style="list-style-type: none"> Renuncia al estado de “felicidad” 	<ul style="list-style-type: none"> Retroceso de 30 años en innovación y desarrollo sectorial 	<ul style="list-style-type: none"> Erosión de la Marca País y pérdida de prestigio internacional

3- Consideraciones Finales.

3.2. Situación del Deporte en España.

El Deporte español requiere de un **Plan Director** que permita:

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Rebajar el IVA al tipo reducido. Incluso suprimirlo como en los servicios sanitarios. | <ul style="list-style-type: none"> • Consideración de Profesionales Sanitarios para la Prevención de la Salud, para todos los profesionales de la actividad física que ostenten la titulación oportuna. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Conseguir la deducción fiscal, vía IRPF del gasto de los ciudadanos en servicios deportivos. | <ul style="list-style-type: none"> • Inclusión de nuestra actividad en el Sistema Nacional de Salud. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Menor presión sobre el Impuesto de Sociedades de las empresas del sector. | <ul style="list-style-type: none"> • Creación de una Plataforma de Hábitos de Vida Saludables que puede incluir a otras industrias. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Disminución del coste de Seguridad Social de los trabajadores adscritos al servicio deportivo. | <ul style="list-style-type: none"> • Reescribir la estrategia NAOS. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Tratamiento especial de las inversiones realizadas en deporte y facilidades de financiación. | <ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la práctica y educación física en los colegios a 3 horas semanales. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Racionalización de las inversiones públicas en deporte con exigencia de un Plan de Negocio asociado de modo que no se construya ninguna instalación pública no eficiente. | <ul style="list-style-type: none"> • Redactar un Plan de Salud Especial basado en la actividad física, tipo ADO. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Tomar con fuerza la negociación del Convenio Colectivo. | <ul style="list-style-type: none"> • Generar un Plan Director del deporte y la Actividad Física Nacional. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Generar un código de conducta y buenas prácticas en la industria. | <ul style="list-style-type: none"> • Exigir un Ministerio de Deporte, Salud y Actividad Física. |

3- Consideraciones Finales.

Y tras 46 diapositivas esto es lo que os quería transmitir Hoy....

3- Consideraciones Finales.

Y tras 45 diapositivas esto es lo que os quería transmitir Hoy-

1. **TENEMOS UNA MARCA ESPAÑA en DEPORTE LIDER MUNDIAL (HOY)**
2. **PUEDE DESTRUIRSE, con la actual Dinámica del ESTADO. SERÍA FACIL fortalecerla**
3. **NO es una industria que hoy esté exportando (algún caso hay)**
4. **Hay NECESIDAD de nuestra experiencia en el MUNDO- SI no dejamos que**
5. **LATINOAMERICA es un mercado CLARO , GRANDE, y necesitado**
6. **NO menos complejo y con barreras de entrada complejas y grandes.-**

Gracias