

PAVIMENTOS DEPORTIVOS: SITUACIÓN DEL MERCADO ESPAÑOL

Por Sara Gil

INSTITUTO DE BIOMECÁNICA DE VALENCIA

El creciente protagonismo que ha ido adquiriendo el deporte ha hecho aumentar la importancia de Fundaciones y Patronatos Municipales de Deportes respaldados por Ayuntamientos, Diputaciones, Gobiernos Autonómicos y la Administración del Estado. Las actuaciones de estos organismos oficiales, impulsadas por el Consejo Superior de Deportes (CSD), se reflejan fundamentalmente en la construcción de instalaciones deportivas que persiguen acercar la práctica deportiva a la sociedad.

Según la publicación de la Fira de Barcelona: "Escenarios de desarrollo del sector de artículos deportivos", si el gasto en deportes de las Administraciones Públicas ascendió en 1985 a 44.350 millones de pesetas, en 1989 la cifra había subido a 115.520 millones. Dentro de dichos gastos figuran los procedentes del CSD. Según los Presupuestos Generales del Estado para 1994, la dotación destinada al CSD fue de 20.444 millones de pesetas. Este esfuerzo ha ido dirigido en gran medida a la construcción de instalaciones deportivas debido a la carencia de instalaciones existentes en relación a los países de nuestro entorno.

La diferencia entre el presupuesto del CSD y el gasto total de las Administraciones se debe a que las competencias en esta materia han sido transferidas a las distintas Comunidades Autónomas (CCAA), teniendo el CSD competencia únicamente en territorio MEC (Ministerio de Educación y Ciencia), manteniendo eso sí su estatuto de catalizador y coordinador de política en materia deportiva.

El pavimento deportivo es una parte fundamental en la mayoría

Un estudio realizado por el IBV para el CSD pone de manifiesto la necesidad de un Servicio de Asesoramiento Técnico en materia de pavimentos deportivos. Esta opinión es compartida por los usuarios, representados por las federaciones, por las administraciones públicas y por las empresas del sector.

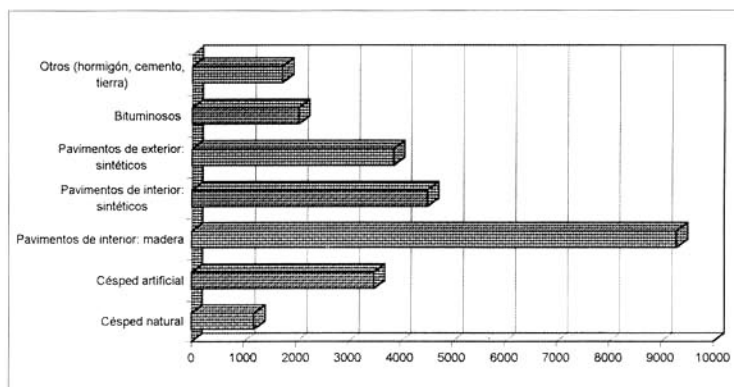


Gráfico 1: Precio por metro cuadrado de distintos pavimentos.

de instalaciones deportivas y, en muchos casos, representa una inversión muy importante. En EEUU y países como Alemania o Francia, con una potente industria en el ámbito de los pavimentos deportivos, se han elaborado normas cuyo cumplimiento se exige irregularmente entre el resto de los países de la Unión Europea. Para atajar esta situación, se constituyó en 1992 un comité técnico europeo de normalización, el CEN/TC-217, con el objetivo de elaborar una normativa única aplicable a todos los países de la Unión Europea, en el que España participa a través de la Asociación Española de Normalización (AENOR). Las normas que se generen serán transpuestas automáticamente a nuestro país.

Mientras tanto, la industria española se encuentra en desventaja frente a la de países como Alemania o Francia, que cuentan con una normativa propia avalada por

prestigiosos centros de investigación. El CSD, preocupado por la situación actual, se planteó la necesidad de definir un modelo de actuación orientado a proteger a los usuarios frente a instalaciones de baja calidad, ayudar a las administraciones públicas proporcionándoles criterios de elección y, al mismo tiempo, apoyar a las empresas del sector. Por estas razones encargó al IBV un "análisis de viabilidad sobre la creación de un servicio de asesoramiento y ensayos de pavimentos deportivos". El informe, ya entregado al CSD, parte de un análisis de la situación actual del mercado español de pavimentos deportivos cuyas principales conclusiones son motivo de este artículo.

En primer lugar, se analizaron los tipos de pavimentos que se instalan y el precio de cada uno. Como muestra el gráfico 1, el



Pavimentos

precio de venta de los pavimentos de madera se situaría por encima de las 9.000 pta/m². Los sintéticos, de interior y de exterior, y los de césped artificial les seguirían en precio situándose entre las 3.000 y las 5.000 pta/m². Este amplio abanico de precios hace que los responsables de la compra de un determinado pavimento tengan que tener muy en cuenta el uso que de él se va a hacer.

Por el lado de la **demand**a destacan los grandes compradores, entre los que, como se aprecia en el gráfico 2, sobresalen las constructoras por parte del sector privado, y los Ayuntamientos por parte del sector público.

El gráfico 3 indica el gasto que Ayuntamientos y CCAA dirigen a cada uno de los tipos de pavimentos deportivos. (Se trata de cantidades correspondientes a una muestra de 8 CCAA y 23 Ayuntamientos de más de 100.000 habitantes). Los pavimentos sintéticos de exterior estarían a la cabeza del gasto efectuado por la administración pública.

Sin embargo, tanto Ayuntamientos como CCAA afirman que no existe normativa o regulación propia actualmente vigente sobre pavimentos deportivos, exigiendo algunos de ellos el cumplimiento de normativa extranjera, normalmente DIN (alemana).

La estimación del gasto efectuado por las administraciones públicas en pavimentos deportivos asciende a una cifra superior a los 6.000 millones de pesetas anuales, gasto que se está realizando sin contar con un asesoramiento técnico adecuado, lo que podría provocar una inadecuada gestión del dinero público.

Respecto a las federaciones, tan solo en algunos casos realizan controles de las instalaciones deportivas. Estos controles suelen ser efectuados por personal de las federaciones pero sólo cubren aspectos relacionados con las dimensiones o el marcado de los campos de juego, sin entrar en otros como la protección del usua-

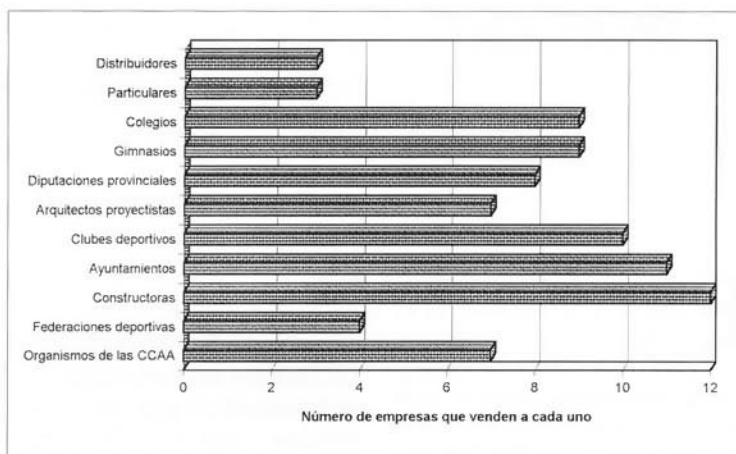


Gráfico 2: Número de empresas que venden a distintos clientes

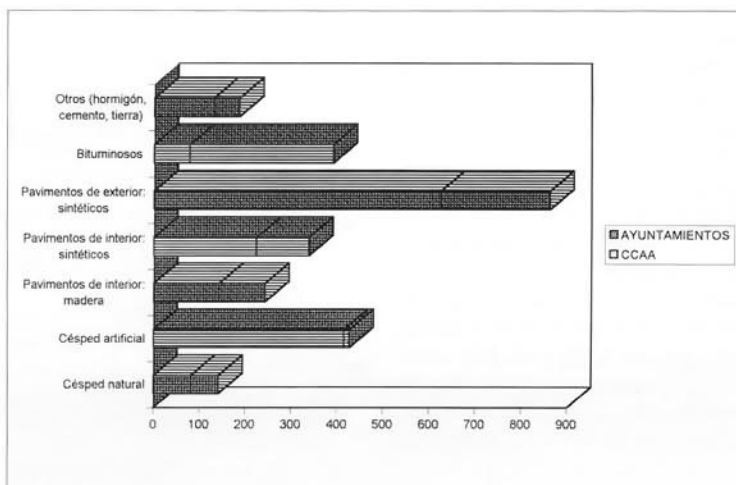


Gráfico 3: Gasto en pavimentos deportivos (millones de pesetas).

rio o la calidad del pavimento. La ausencia de normativa provoca una situación de indefensión frente a posibles irregularidades que puedan producirse al carecerse de criterios sobre la calidad mínima exigible.

El análisis por el lado de la **oferta** puso de manifiesto que, en España, la poca investigación y la falta de conocimientos propios provoca que se dependa tecnológicamente de industrias más potentes y que poco a poco los escasos fabricantes nacionales se transformen en distribuidores de marcas extranjeras. Esta situación se refleja en el estudio, ya que de 7 empresas distribuidoras encuestadas sólo 3 distribuían además de productos importados, nacionales, y 2 de ellas en un

porcentaje inferior al 10%.

La falta de directrices y la ausencia de un servicio de asesoramiento técnico en materia de pavimentos deportivos provoca que las especificaciones técnicas que acompañan a los pavimentos (cuando las hay) hagan referencia fundamentalmente a normas alemanas (DIN) y francesas (AFNOR). Esta situación constituye un freno para las pocas empresas españolas existentes, que se encuentran en inferioridad de condiciones frente a multinacionales extranjeras que son actualmente las que marcan las directrices y obtienen grandes ventajas en un mercado en expansión como el español.

