

■ En datos

Una grupeta que mueve a 7,9 millones de españoles

p6-13

■ Reportaje

El 'boom' del deporte femenino también llega a la bicicleta

p14-15

■ En datos

El ciclista español, un negocio de 1.871 millones

p24-27

■ Reportaje

La bici, en el centro de la transformación de la movilidad urbana

p30-31

2Playbook

2playbook.com

Insight

Febrero de 2021



EL CICLISMO, ANTE SU MAYOR PUERTO

■ Hay deportes que sólo son eso, un juego en el que se puede competir con mayor o menor intensidad. Pero hay otras disciplinas cuya incidencia dentro de las sociedades va mucho más allá, y una de ellas es el #ciclismo. La bicicleta es en sí misma una #industria económica que genera más de 1.871 millones de euros en España sólo en ventas minoristas y da trabajo a 22.567 personas, a lo que hay que sumar los cientos de personas que movilizan pruebas como La Vuelta cada año. La ronda española es el máximo exponente del ciclismo de #competición en el país, donde hay una docena de equipos participando al más alto nivel entre masculino y femenino. España hoy

■ En portada

El ciclismo es hoy una disciplina que puede ser practicada por cualquier persona, no solo con fines competitivos.

2Playbook

Director
Marc Menchén

Redactora jefa
Patricia López

Redactor
Jabier Izquierdo
Álvaro Carretero

Responsable comercial
Eduardo Siegfried

Responsables
de diseño y marca
Àxel Durana
Gerard Sierra

in 2playbook
@2playbook

www.2playbook.com

■ Reservados todos los derechos. Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo cualquier método o procedimiento.



tiene a 149 hombres y 60 mujeres compitiendo a nivel internacional, miembros de la parte alta de una pirámide en la que se fijan los más de 33.000 participantes que cada año reúnen las diez principales pruebas cicloturistas que hay en España. Hablamos de una de las #comunidades más

activas del deporte, en tanto que el ciclismo es una de las pocas disciplinas en las que la sinergia entre practicante y consumidor de pruebas como actividad de #entretenimiento es absoluta. Según datos del Consejo Superior de Deportes (CSD), son 7,9 millones las personas que en el país se suben a la bicicleta al menos una vez al mes como parte de su rutina de #actividad física. Pero la incidencia de este vehículo que el 90% de los españoles

sabe manejar va mucho más allá, pues su uso se ha extendido al calor de dos macrotendencias: la búsqueda del #bienestar ante una esperanza de vida cada vez más alta y la conciencia sobre la #sostenibilidad y el medio ambiente. El último estudio promovido por el Gobierno señala que más de 20 millones de ciudadanos usan la bici con frecuencia como medio de transporte, una asimilación que, a medio plazo, beneficiará a otra industria como la del #turismo, deseosa de desestacionalizar su oferta y promover el consumo interno. Tal y como dicen los expertos, no hay deporte individual más #social que el ciclismo. Lo que siempre se conoció como la grupeta.



■ La grupeta es una adaptación al español del italiano grupetta, término comúnmente utilizado para referirse a grupos pequeños.

EL CICLISMO, ANTE SU MAYOR PUERTO

Ciclismo

El ciclismo se ha convertido en un deporte de competición, pero desde hace casi 200 años es también un vehículo de recreo y transporte. El alemán Karl von Drais diseñó la primera bicicleta en 1817 y su evolución ha sido constante desde entonces, para servir a más de 500 millones de usuarios en todo el mundo.

Bicicleta para ir al trabajo. Bicicleta para ir a hacer la compra. Bicicleta para salir a pasear en familia. Bicicleta para visitar zonas rurales. Bicicleta para rodar el fin de semana por la montaña. España tiene una grupeta de 7,9 millones de personas que sema-

nalmente abrazan el ciclismo para practicar deporte, pero las dos ruedas se han consolidado como un artículo clave para muchas más personas que la usan en su día a día o en el tiempo libre, alejados del entrenamiento y la competición. Casi 21 millo-

nes de españoles tienen una y la usan con frecuencia mensual, una industria a la que las marcas miran con atención.

Todas las estadísticas públicas en torno a la bicicleta confirman que vive su mejor momento, aupada por el *boom* que vive la

práctica deportiva y por otras macro-tendencias como son la movilidad sostenible, el bienestar y el turismo de proximidad. La Encuesta de Hábitos Deportivos, que elabora el Consejo Superior de Deportes (CSD), ya desveló que quienes cogían la

Ciclismo

Una grupeta que mueve a 7,9 millones de españoles



Social

bici cada semana para hacer deporte pasaron del 6,7% al 10,3% entre 2010 y 2015, y todo apunta a que ese porcentaje habrá subido en 2020, si bien el ente gubernamental no ha realizado este estudio quinquenal a causa de la Covid-19.

Muestra de que el número de deportistas que se suben a la bici habrá crecido con toda probabilidad es el número de federados en España, que entre 2009 y 2019 se incrementó un 39%, hasta 74.768. Es un ritmo de crecimiento que más que dobla al conjunto del deporte español, que incrementó un 14% el número de licencias en el mismo

Deporte, ocio, movilidad, turismo e industria. El ciclismo es una disciplina que, para España, se ha convertido en un motor de muchos otros sectores.

El ciclismo es una de las disciplinas que más títulos ha dado al deporte español, pero en los últimos años se ha convertido en una

actividad que puede ser clave para muchos de los retos que enfrenta el país: la transición hacia modelos de transporte más sostenibles en las

ciudades, la desestacionalización del turismo, el fomento de visitas a la España rural, y la batalla contra el sedentarismo en la sociedad.

periodo, según el CSD. Es más, sólo se vio superado por el fútbol (+40%), el voleibol (45%), la montaña y la escalada (+98%) y el pádel (+184%).

Nielsen Fan Insights estima que el 14% de los hombres españoles salen a rodar en bicicleta al menos cuatro veces al mes y un 1% aboga por el ciclo indoor, igualado con el running y sólo por detrás del 22% del fútbol. En el caso de las mujeres, este porcentaje es de sólo el 7% para salidas en carretera y un 2% en bici estática, pues este colectivo aún prefiere la natación, correr, el yoga o el tenis. Y su penetración ha ido a más con el confinamiento, pues Strava señala que en España se incrementaron los desplazamientos en bici entre enero y septiembre de 2020. Entre los hombres aumentó un 13,5% interanual, mientras que entre las mujeres se disparó un 24,8%. Ellos promediaron salidas de 38,6 kilómetros y una hora y 52 minutos de duración, ellas registraron de media salidas de 30,3 kilómetros en una hora y 38 minutos. Pero al hablar de ciclismo, el foco no puede situarse únicamente en el deporte de alta intensidad. La bicicleta es mucho más. Y así lo confirma la Dirección General de Tráfico (DGT), que en su Barómetro de la Bicicleta en España asegura el uso de este vehículo "con alguna frecuencia" se ha incrementado en diez puntos porcentuales desde 2008, hasta el 50,7% de la población española en 2019. Es más, el 22,4% de españoles la cogen semanalmente y el 9,7% los fines de semana.

Es el mejor ejemplo de que la bicicleta empieza a tener un papel central en la sociedad, una cuestión clave a la hora de que el aficionado no la perciba únicamente como medio de trans-

22,4%

■ Cada semana

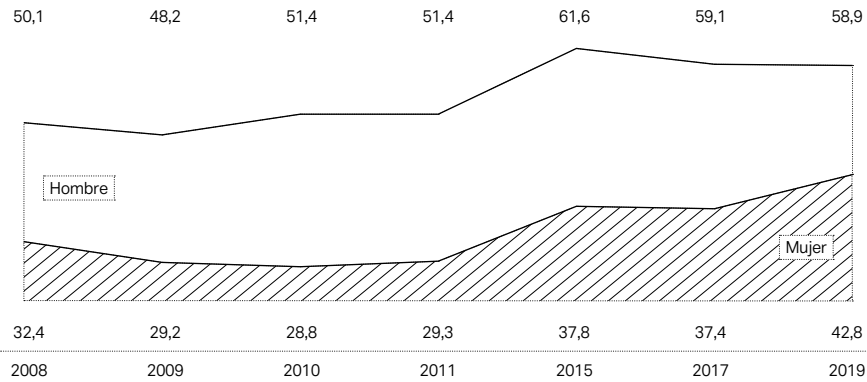
Una cuarta parte de los españoles usan la bici en su día a día, sea para hacer deporte o como medio de transporte.

■ Cotidianidad

La bici está presente en la mayoría de hogares. Casi 21 millones de españoles tienen una para uso personal.

Frecuencia de uso de la bicicleta

Fuente: Observatorio de la Bicicleta, de la Dirección General de Tráfico. Porcentaje sobre el total de la población.



porte, sino también como un producto de entretenimiento. El CSD lo sitúa como el sexto deporte más visto en televisión, con un 30,8% de la población. Con estas tasas, sólo se ve superado en los medios por el fútbol, el motor, el tenis y el baloncesto, aunque la mayoría de estas competiciones se retransmiten en canales de pago, a diferencia de La Vuelta, que apuesta por el alcance de Rtv como principal palanca para generar muchos más impactos. Aquí nuevamente se evidencia la brecha de género, si bien es el gap más pequeño entre estas disciplinas. Un 40% de los españoles tiene interés en el ciclismo,

por un 22% de las mujeres, según Nielsen Fan Insights. La diferencia es de 18 puntos porcentuales, inferior a la de 19 puntos en motor y baloncesto, o los 26 puntos del fútbol.

Rubén Rodríguez, psicólogo deportivo y profesor de la Universidad Europea de Canarias, sostiene que ese diferencial de género en el ciclismo se irá corrigiendo en el tiempo. "Está costando que la mujer lo entienda como un deporte, tal y como lo

Cada español gasta de media casi 150 euros al año en bicicletas, un artículo que no es de tanta rotación.

148,4€

“La vertiente social del deporte, incluso en los individuales, se da con mucho mayor énfasis en el ciclismo”

Xavier Medina
Antropólogo deportivo de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC)



El uso de la bicicleta ha crecido en más de nueve puntos porcentuales en la última década, alcanzando al 50,7% de la población en 2019.

están haciendo y cada vez más con el running. En el ciclismo llegará”, augura, en referencia a que la mujer asocia más la bicicleta a un transporte sostenible que no a una cuestión de salud y deporte, según el Barómetro de la Bicicleta en España. Esta cuestión es clave para entender el margen de crecimiento de esta actividad física, puesto que, a diferencia de otros deportes, en su caso se está asimilando como una rutina diaria para muchas personas sin que necesariamente la vinculen al competir. Eso no está al alcance de todo el mundo en una sociedad hiperacelerada, pues cualquier salida suele exigir varias horas. Y, paradójicamente, eso es lo que convierte a la disciplina en una de las más colectivas sin ser un deporte de equipo. Xavier Medina, antropólogo deportivo de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), señala que “todos los deportes, incluso los individuales, tienen una vertiente social, pero en el ciclismo se da con mucho mayor énfasis”. “Es más extraño que una persona salga sola, porque

El ciclismo ya es una disciplina transversal en términos de edad, pues es mayoría en todos los colectivos a excepción de los de edad más avanzada. El Barómetro de la Bicicleta en España señala que el 65,2% de la población de entre 12 y 24 años utilizan la bicicleta con alguna frecuencia,

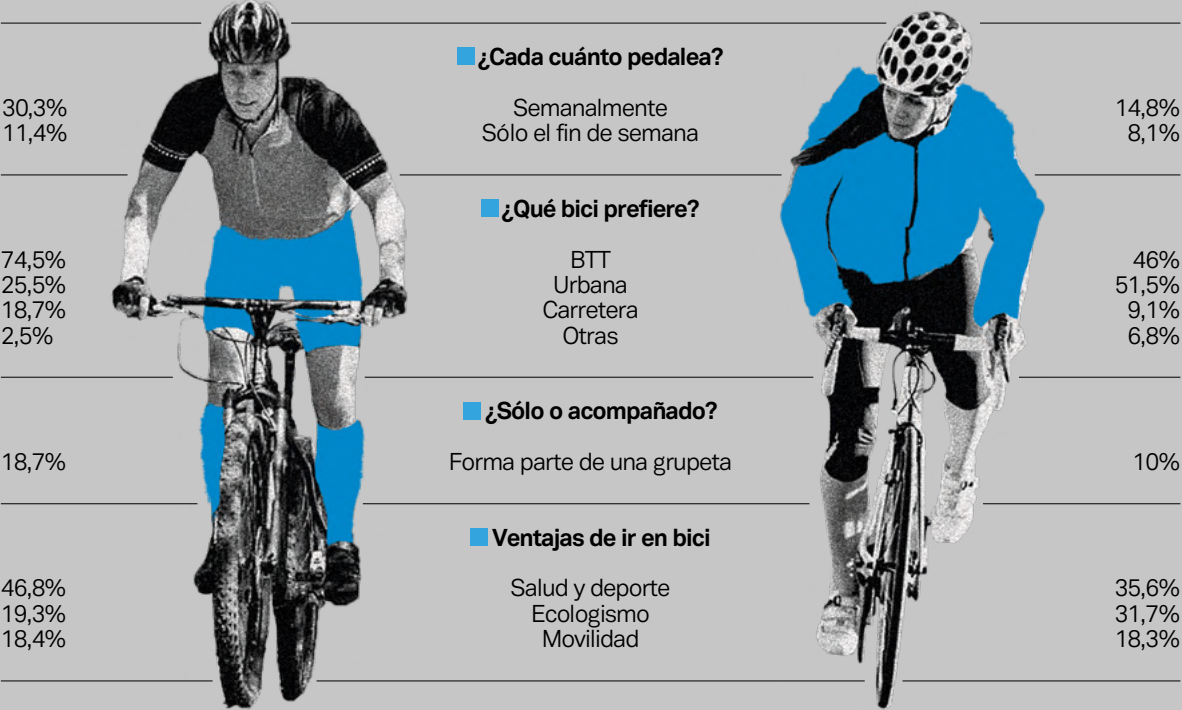
una tasa que baja al 56,9% en el colectivo de entre 25 y 39 años, y al 52,1% entre quienes tienen de 40 a 54 años. Un deporte pa-

ra todos los públicos, pues el 89,6% de la población española sabe montar en bicicleta, según el estudio de la DGT al cierre de 2019.

HOMBRE

La aproximación que los españoles realizan al mundo de la bicicleta es muy distinto en función del género.

MUJER



EL CICLISMO EN ESPAÑA



Un negocio muy anclado al norte. Los dos principales fabricantes de bicicletas y el equipo profesional más importante están en País Vasco y Navarra. Andalucía, Cataluña y Valencia son las regiones con más clubes federados.

► 100% seguridad

"El ciclismo ha dado un grandísimo ejemplo. Este era un momento muy difícil". Las palabras corresponden a la secre-

taria de Estado para el Deporte, Irene Lozano, y hacían referencia a La Vuelta. ¿La razón? Junto a la NBA es la única competición que logró

celebrarse en 2020 sin tener casos por positivos de Covid-19, gracias al compromiso de todas las partes implicadas y los protocolos.

ellos se triplica la tasa de práctica de senderismo, alcanzando un 46,3%, frente al 17% observado en el total", añadía.

Esta explosión también explica la evolución del gasto en bicicletas, muy cíclica en tanto que no es un equipamiento deportivo que deba reponerse con tanta frecuencia como sí puede ser unas zapatillas de running. Con una evolución de dientes de sierra, el Instituto Nacional de Estadística (INE) muestra que cada español destinó 148,37 euros de media a bicicletas en 2019, frente a los 132,88 euros de 2016. Este boom también se ha visto reflejado en el gasto para participar en pruebas deportivas, que ha pasado de 64,93 euros a 84,4 euros de media por persona.

La esperanza del sector es que esta democratización del uso de la bici permita aumentar el negocio de las marcas, que tienen en los modelos urbanos y eléctricos un nuevo filón de ventas. Los datos que maneja la Asociación de Marcas y Bicicletas de España (Ambe) indican que el futuro está más que asegurado, pues el 37,9% de las unidades que se venden son infantiles,

es una práctica deportiva principalmente de fin de semana y días festivos, en la que al puro ejercicio se le suman otras actividades de ocio", sostiene. En este sentido, Rodríguez, de la Universidad Europea de Canarias, añade que "el ciclismo se asocia a tiradas más largas, por lo que es inviable salir 3-4 horas varias veces a la semana". De hecho, ya en 2015 el CSD ad-

vertía que entre los elementos tructores del ciclismo estaba la explosión del triatlón como prueba de moda entre los eventos de participación masiva. "Si nos centramos en el colectivo de los que practican ciclismo, en términos anuales, se observa un fuerte incremento en sus tasas de práctica de natación, 50,2% frente al 20,6% estimado para el conjunto de la población. En

■ España ha ganado un millar de clubes ciclistas federados en una década, pasando de 2.652 a 3.878 agrupaciones entre 2010 y 2019.

■ Cada una de estas entidades cuenta con una veintena de licencias. En Andalucía y Cataluña hay más de 600, por las apenas 30 de La Rioja.

3.878 clubes

► Hay dos elementos sociológicos que ayudan a entender por qué las grupetas han adquirido tanta importancia en el mundo de las dos

ruedas. El primer factor es deportivo, pues los expertos consideran que en tiradas largas como las de una salida en bici es más habitual buscar

compañía que no salir en solitario. A esto se añade una cuestión de seguridad, pues se considera que al salir en grupo es más visible que

están en la carretera y se corren menos riesgos. El 41,3% de los ciclistas denuncian que los coches no respetan las distancias de seguridad.



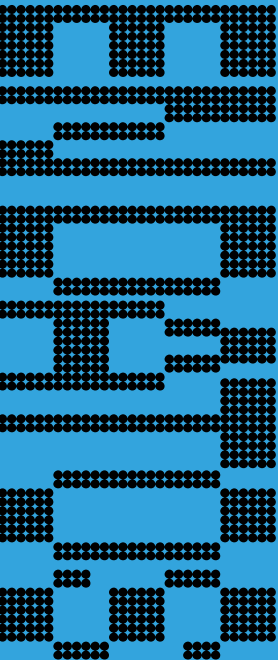
mientras que los modelos urbanos (7,4%) ya han superado a las de carretera (5,7%). ¿La razón? Las segundas son inversiones más elevadas y habituales en quienes ya han adquirido el hábito de rodar como actividad deportiva al margen de su uso cotidiano.

Esta cuestión también tiene una afectación directa en uno de los principales motores económicos del país, como es el turismo. El 92% de la población de entre 12 y 54 años sabe ir en bicicleta, y ese aumento de la penetración de su uso con fines

más recreativos que deportivos está favoreciendo al fenómeno del cicloturismo: personas que deciden usar la bicicleta como medio de transporte en sus vacaciones, o incluso aficionados a las grandes rondas que eligen visitar puertos míticos como actividad en sus días libres. Italia puede ser un ejemplo a seguir. Hace años ya definió un plan turístico para este segmento en regiones como Trieste o la Toscana, con lo que ya genera 55 millones de pernoctaciones anuales, con un gasto de 4.700 millones de euros, según la

asociación Isnart-Unioncamere e Legambiente. En España no existen datos específicos sobre el negocio turístico vinculado a la bicicleta, aunque La Vuelta ha detectado un creciente interés de municipios en zonas rurales por albergar etapas ante el impacto que eso puede tener en sumar nuevos visitantes. El problema en muchas ocasiones es la falta de infraestructuras necesarias para facilitar estos trayectos de forma segura, uno de los grandes temores de los ciclistas españoles. Los accidentes son frecuentes

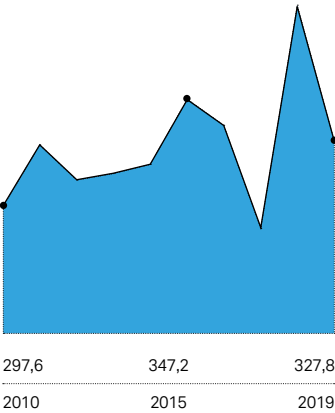
y un 54% de los practicantes lamenta que los conductores de vehículos no son respetuosos, según estadísticas de la DGT. Es una sensación que se agrava cuanto mayor es el municipio, y un factor habitual en los argumentarios para defender una inversión más decidida en vías verdes. La Unión Europea (UE) ha anunciado 20.000 millones de euros para proyectos ciclistas, pero España, por ahora, ha dejado su plan en sólo 5 millones de euros, a la espera de definir su estrategia. □



Así son en la grupeta

Gasto cíclico de los españoles en equipamiento en España

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). Gasto total, en millones de euros.



El gasto en bicicletas, que este año está experimentando un renacer según los principales operadores, fue el principal lunar del deporte en 2019. El desembolso medio por persona se situó en 7,03 euros, un 16,6% menos que en 2018. El despegue definitivo de los modelos eléctricos urbanos vinculados a la movilidad es la gran esperanza de la próxima década.

¿Qué deportes se practican más?

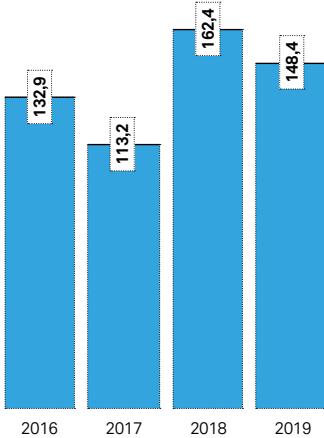
Fuente: Nielsen Fan Insights.

Deporte	Femenino	Masculino
Natación	15%	9%
Running	13%	14%
Yoga Pilates	11%	1%
Senderismo	9%	6%
Tenis	8%	8%
Ciclismo	7%	14%
Caminar	6%	4%
Fitness	6%	7%
Fútbol	5%	22%
Pádel	4%	6%
Otros	4%	2%
Atletismo	3%	5%
Gimnasia	3%	1%
Aeróbic	3%	3%
Cycling	2%	1%
Baloncesto	2%	8%

El ciclismo, tanto indoor como outdoor, se cuela en el podio de los deportes más practicados entre los hombres en España, sólo superado por el fútbol. Entre las mujeres baja a la quinta posición.

Cuánto gasta cada español en bicicletas al año

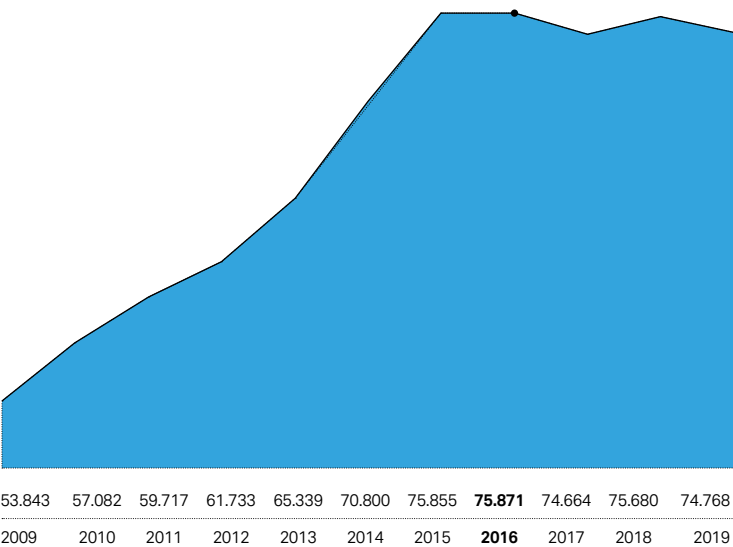
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). Unidad: En euros



El fuerte aumento del precio medio de las bicicletas, en especial en los segmentos de carretera y eléctricas, ha convertido en cíclica la inversión en estos vehículos y sus componentes. Eso sí, en sólo cuatro años se ha pasado de un gasto medio de 132,9 euros a 148,4 euros anuales. Según el INE, apenas un 5% de los hogares españoles invierte cada año en la compra de bicicletas.

El número de ciclistas con licencia, al alza

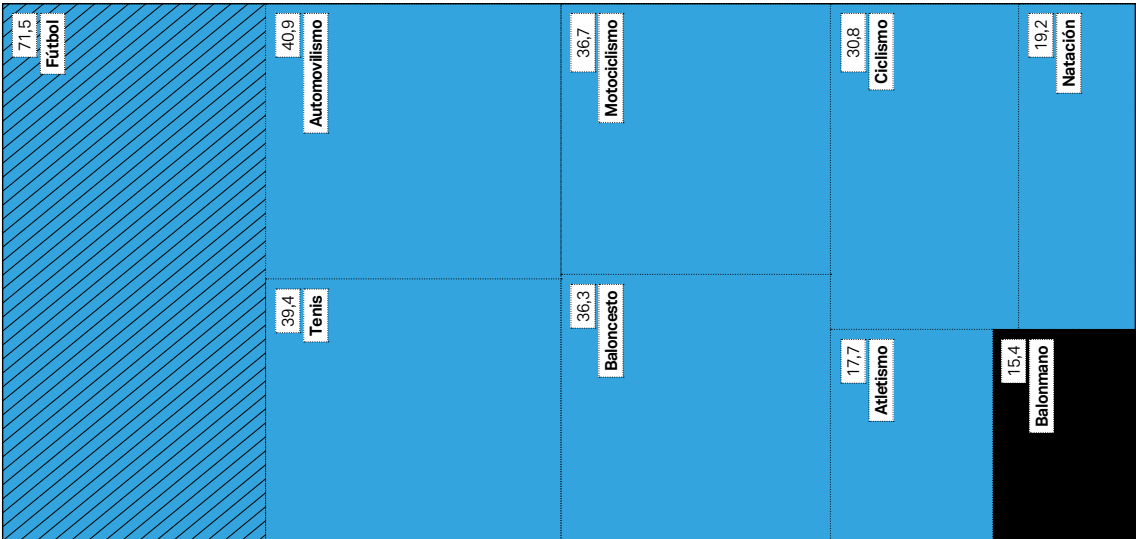
Fuente: Consejo Superior de Deportes (CSD).



La incorporación progresiva de la mujer al ciclismo ha sido capital para el fuerte incremento que ha experimentado el número de personas federadas en España. La modalidad es una de las que más ha crecido en términos porcentuales durante la última década, pero el regulador de la disciplina quiere promover un carné ciclista para sumar a todas aquellas personas que no necesariamente compiten y son el grueso de practicantes.

Los deportes más consumidos en TV por los españoles

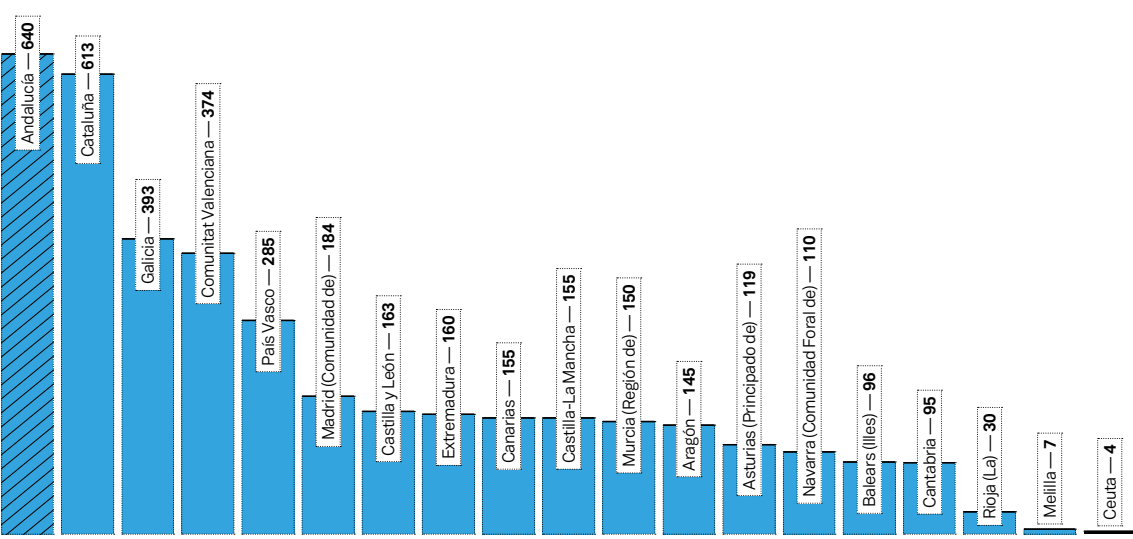
Fuente: Encuesta de Hábitos Deportivos 2015, elaborada por el CSD.



El ciclismo no es sólo uno de los deportes más practicados en España, sino que también es de los más consumidos como espectáculo deportivo de entretenimiento. Los datos que maneja el Gobierno lo sitúan como el sexto deporte de mayor seguimiento, sólo superado por fútbol, el tenis, el baloncesto y las dos grandes modalidades del motor: automovilismo y motociclismo. Una de las ventajas de las rondas ciclistas es que se emiten en abierto a través de Teledeporte. La gran apuesta audiovisual por este deporte es la de Discovery, que a través de Eurosport está creando un ecosistema de contenidos para el practicante y el aficionado.

¿Qué comunidades autónomas tienen más clubes ciclistas?

Fuente: Consejo Superior de Deportes (CSD).



Andalucía y Cataluña son de largo las dos regiones con más clubes ciclistas en España, si bien ese liderazgo es para el País Vasco si el análisis se hace en relación con la población. Este territorio cuenta con un club por cada 7.650 habitantes, por los 13.170 de Andalucía o los 12.340 de Cataluña. Es una correlación importante, pues La Rioja aparentemente estaría a la cola en términos absolutos, pero cuenta con un equipo federado por cada 10.522 habitantes. De media, todas estas organizaciones cuentan con una veintena de ciclistas con licencia, muestra de que esta actividad en teoría individual suele practicarse de forma colectiva en la mayoría de los casos.

an pasado veinte años desde que Joane Somarriba se convirtió en la primera y única española en ganar el Tour de Francia. Ninguna ciclista ha ganado más ediciones que ella en la historia de la *Gran-de-Boucle*, del mismo modo que Vero Boquete y Amaia Valdemoro animaron a miles de españolas a empezar a jugar a fútbol y a baloncesto, Somarriba es el referente del pelotón femenino que hoy compite y el ejemplo de las generaciones del mañana.

Una de esas corredoras que crean afición es Annemiek van Vleuten, considerada una de las mejores ciclistas del mundo y recientemente fichada por Movistar Team, única escuadra española con equipo femenino compitiendo en la máxima categoría, la UCI Women's WorldTour. La ciclista vasca puso la semilla hace veinte años y Van Vleuten vestida de azul es uno de sus frutos: España ha batido su propio récord de licencias femeninas en ciclismo, que en la última década se han doblado, hasta 4.859, y hoy son más de 10 millones de españolas las que dicen subirse a la bicicleta con frecuencia. Es una cifra que revela el reducido número de federadas y muestra el amplio margen de crecimiento que aún tiene en competición, pues se estima que sólo el 6% de los dorsales corresponden a mujeres. El volumen real de practicantes es mucho mayor, al no ser obligatorio disponer de licencia para desplazarse en bicicleta. De hecho, la apuesta de Movistar Team no sólo llega en pleno boom del deporte femenino; se da en un contexto favorable para el desarrollo del ciclismo de élite, pero también de masas. Hoy,



Desde 2005, el número de mujeres que compiten en los principales circuitos se ha disparado de nueve a sesenta corredoras.

Siete de ellas corren en el WorldTeam, por las 53 que lo hacen en el segundo mayor circuito, el Women's Continental Teams. El número de

equipos femeninos ha pasado de uno en 2005 a siete en 2020, con el Movistar Team en el principal circuito profesional.

ir en bici no es sólo un deporte; es una alternativa de movilidad y una opción de ocio y turismo que ha captado el interés de parte de los 24,1 millones de españolas. Hoy, el ciclismo es *mainstream* desde la óptica no competitiva. De la Encuesta de Hábitos Deportivos, elaborada cada cinco años por el Consejo Superior de

Deporte (CSD), se desprende que el ciclismo es la quinta disciplina deportiva más practicada por las españolas desde 2015. Un 13,6% de las mujeres que hacen deporte optan por esta modalidad. Cifras más actuales sitúan en el 42,8% el porcentaje de mujeres usuarias de la bicicleta, casi seis puntos más que en 2017, según

el Barómetro de la Bicicleta 2019, elaborado por la DGT y la Red de Ciudades por la Bicicleta (RCxB). Es un dato relevante, puesto que el número de ciclistas en el país ha crecido en los últimos años impulsado por las mujeres; entre los hombres este porcentaje se ha mantenido estable. En la actualidad, la brecha ciclista entre mujeres y hombres es de 16,1 puntos; en 2015 era de 23,8 puntos. También aquí la paridad está algo más cerca. No sólo hay más ciclistas año a año, sino que la frecuencia de uso de la bicicleta ha aumentado. En 2017, el 13,7% de las usuarias pedaleaba semanalmente, por el 14,8% en 2019; también aumentó del 7,1% al 8,1% el porcentaje

El 'boom' femenino llega a la bicicleta

60 ciclistas

■ Siete españolas compiten en el WorldTeam, por las 53 que corren en Women's Continental Teams.

■ En la actualidad, las mujeres federadas sólo representan un 6,4% de las casi 75.000 fichas en España.

de españolas que usan la bicicleta durante el fin de semana. Los datos reflejan que la gran oportunidad del sector está en atraer al público generalista, pues aún hay un 15,1% de las mujeres que admiten no saber montar. Además, del 43% que la usa con frecuencia, sólo el 53,3% tiene bici para uso personal. El resto recurre a servicios de bicicletas compartidas como el que suelen ofrecer las grandes ciudades.

La radiografía de la ciclista española es clara: en un 51,5% de los casos utiliza una bici urbana, por el 46% que usa una BTT (de montaña) y un 9,1% que opta por una de carretera. Es decir, ellas la usan más para desplazarse por la ciudad, mientras que un 74,5% de ellos opta por la BTT, especializadas para pedalear en senderos y montaña. Son datos que demuestran que la práctica deportiva es un filón aún por explotar, puesto que las mujeres que semanalmente usan la bicicleta lo hacen por desplazamientos cotidianos, pero no para una actividad física intensa.

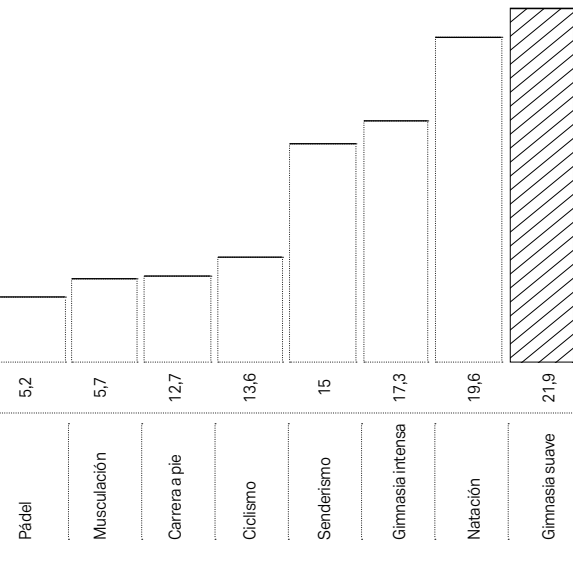
Una de las razones estaría en la escasa oferta de grupos ciclistas femeninos, y ahí se enmarca la creación de *Women in Bike*, una iniciativa de la Real Federación Española de Ciclismo (Rfec) para organizar quedadas en grupo, fomentar el ciclismo femenino y la creación de comunidad aprovechando el factor socializador de esta disciplina. Desde su puesta en marcha en julio de 2018, se han organizado 2.000 salidas en España a las que se

han inscrito 10.000 mujeres. "Muchas mujeres no montan en bici por no salir solas o porque no saben por dónde ir; el objetivo es impulsar y visibilizar el ciclismo femenino", explica Cristina García, líder de uno de los grupos de *Women in Bike*.

En paralelo, la Rfec está trabajando para "acercarnos a la gente que anda en bicicleta habitualmente, y no sólo a los que compiten; la gente sigue pensando que

El ciclismo, la quinta modalidad deportiva más practicada entre las españolas

Fuente: Encuesta de Hábitos Deportivos del CSD. En porcentaje.

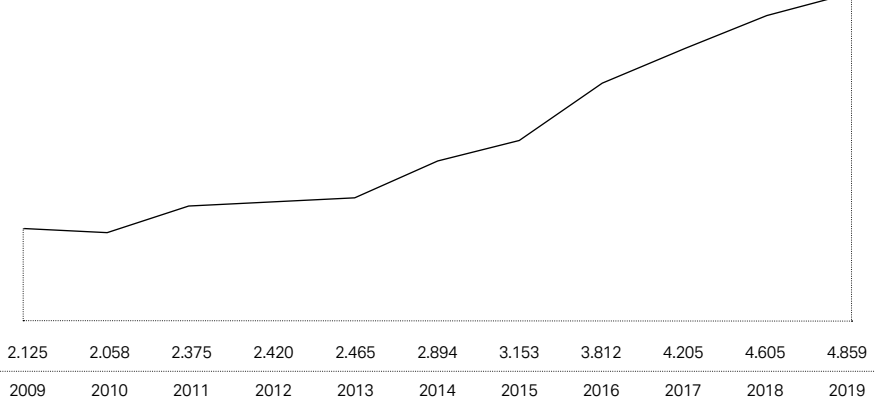


♥ **Ciclismo urbano**
Las mujeres utilizan la bicicleta para desplazarse y salir a pasear, según el Barómetro de la Bicicleta 2019.

■ **Comunidad**
La Federación de Ciclismo ha lanzado el proyecto *Women in Bike* para fomentar la práctica de este deporte.

El número de licencias de ciclismo femeninas se ha doblado en una década

Fuente: Consejo Superior de Deportes (CSD). En número de licencias.



la federación es sólo para el que compite, y no es así", apunta José Luis López Cerrón, presidente de la Rfec. Por ello, el organismo se ha puesto manos a la obra y ha creado el carné ciclista, pensado para las personas que usan la bici para desplazarse. "Si tenemos siete millones de practicantes y 80.000 licencias, el potencial para crecer en fichas es muy grande", recalca. Son propuestas con las que se pretende popularizar este deporte, que aún está por detrás de otras modalidades más practicadas entre las españolas, como la gimnasia suave, e intensa, la natación o el senderismo. La creación de grupos ayuda a que el ciclismo escale posiciones en ese top-5, y las marcas saben que ahí existe una oportunidad. A iniciativas como *Women in Bike* se suman otras como Doménica, la tienda exclusiva de ciclismo femenino creada de la cadena Tomás Domingo, que en 2018 creó un equipo formado por treinta ciclistas amateurs para competir en la Titan Desert y en los últimos años ha ido organizando salidas. También la Mediterranean Epic lanzó un *bike camp* específico para mujeres.

Ese es un espacio que hasta ahora han ocupado los clubes ciclistas, mayormente compuestos por el público masculino, y que son clave para construir la base de la que surgen estrellas como Van Vleuten o Somarriba. El reto es mayúsculo, pues a la dificultad que ya tiene el ciclismo para crear cantera se añade la poca representación femenina, que hace que sea aún más complicado que surjan referentes que fomenten el ciclismo femenino para que en un futuro surjan más estrellas que inspiren a las nuevas generaciones. □

El ciclismo profesional español vive una etapa de travesía en busca de un nuevo gran campeón. Primera potencia mundial hace tan solo cinco años, con Alejandro Valverde a la cabeza, España cuenta actualmente con un único equipo en la élite masculina, el Movistar Team. En positivo, aumentan los equipos que aspiran a llegar a la Primera División, igual que la participación de mujeres en el pelotón profesional femenino.

El mapa de la alta competición

Desde la primera victoria en La Vuelta de Vicente Carretero en 1935 hasta la última de Ion Izagirre hace unos meses, España ha pasado de usar teléfono de baquelita a pagar las compras a través de un smartphone, de la peseta al euro y de las cartas con sellos a la fibra 600 megas. El camino ha sido largo, también empinado y sinuoso en muchas ocasiones, pero en estos 85 años el ciclismo español no ha dejado de dar pedales ningún día. El pelotón profesional cuenta actualmente con 209 ciclistas



Corredoras 'pros'
Siete españolas compitieron en la élite en 2020, y otros tantos equipos rodarán el próximo año en la segunda categoría.

españoles, de los que 38 compitieron en las mejores carreras del mundo durante 2020. En la UCI WorldTour, el circuito internacional de Primera División de esta disciplina, España copa aproximadamente el 7% del total de corredores que forman parte de alguno de los 19 equipos. La única escuadra española es el Movistar Team, con sede en el pequeño pueblo del Valle de Egüés (Navarra). Desde allí, Abarca Sports, liderada por Eusebio Unzué, gestiona los dos únicos equipos de élite masculino y femenino que tiene el ciclismo nacional en la actualidad. Son la garantía y el principal referente para promover el ciclismo en España, pero también el ejemplo de que este deporte necesita un mayor apoyo. Hace diez años, los equipos de la élite contaban con el doble de corredores nacionales (69) y suponían casi el 14% del pelotón. Si echamos la vista aún más atrás, en 2005 llegaron a competir en Primera hasta 111 ciclistas nacionales, un 20% de la caravana. Es un retroceso que contrasta con el fuerte incremento que está experimentando la disciplina a nivel amateur y semiprofesional.

Claro está que por entonces había hasta cuatro equipos en el máximo nivel del circuito profesional internacional: Illes Balears – Caisse d'Epargne (actual Movistar Team), Euskaltel – Euskadi, Liberty Seguros – Würth Team y Saunier Duval – Prodir. Una quinta parte de los equipos de élite eran estructuras con sede en el país. También es cierto que no es sencillo alcanzar un presupuesto que permita estar entre los mejores. El Movistar Team se sitúa en la zona media del WorldTour en este aspecto, entre los equipos que cuentan con entre 15 y 20 millones de euros anuales. Esta cifra es entre cinco y siete veces mayor a los recursos de los equipos UCI ProTeams. Por ello, hoy España es cada vez más visible en esa segunda categoría y, también, en el circuito femenino. El Euskaltel – Euskadi está de vuelta de la mano de la Fundación Euskadi y el apoyo de un corredor de primer nivel como Mikel Landa. La estructura vasca cuenta, además, con un equipo sub-23 y otro femenino que se estrenará en 2021 en la UCI Women's Continental, antesala a la élite del circuito femenino. Ambos equipos cuentan con el patro-

Movistar Team

Patrocinadores
Telefónica, Canyon, Fizik, Ale, Volvo y Le coq Sportif

Sede
Valle de Egüés (Navarra)

Año fundación
1980

Categoría
UCI World Team y UCI Women's WorldTeam



Ranking UCI 2020 (masculino).

- 1. P. Roglic (SLO) - Jumbo Visma
- 2. T. Pogacar (SLO) - UAE Emirates
- 3. W. van Aert (BEL) - Jumbo Visma
- 39. M. Landa (ESP) - Bahrain - McLaren
- 40. E. Más (ESP) - Movistar Team
- 53. A. Valverde (ESP) - Movistar Team
- 56. P. Bilbao (ESP) - Bahrain - McLaren
- 82. G. Izagirre (ESP) - Astana
- 95. M. Soler (ESP) - Movistar Team
- 105. A. Aranburu (ESP) - Astana

cinio principal de la financiera vasca Laboral Kutxa. La farmacéutica catalana Kern Pharma, por su parte, respalda el nuevo proyecto de la Asociación Deportiva Galibier, organización navarra con una dilatada trayectoria en la formación de ciclistas a través del Lizarte, y que ahora tendrá un equipo UCI ProTeam. En la que equivaldría a la Segunda División también se encontrará en 2021 con el Eus-

Mundial de ciclismo en ruta

Patrocinadores
Tissot, Mercedes-Benz, Shimano, Mapei y GoPro

Organizador
UCI

Año fundación
1927

Categoría
UCI WorldTour



kaltel-Euskadi, el Caja Rural-Seguros RGA y el Burgos BH, todos ellos del norte de España. Lejos quedaron los Andalucía-Cajasur, el Relax Fuenlabrada y el Comunidad Valenciana de Vicente Belda, el hombre que le dio la alternativa en 2002 a Alejandro Valverde en las filas del Kelme-Costa Blanca. También tuvieron su incursión en circuitos UCI el Spiuk-Extremadura, el Footon-Servetto cántabro, el Kaiku navarro, el 3 Molinos Resort o el Massi catalán, hoy sólo femenino.

Ranking UCI 2020 (femenino)

- 1. A. van der Breggen (NED) - Boels
- 2. E. Longo (ITA) - Trek - Segafredo
- 3. A. van Vleuten (NED) - Mitchelton
- 14. M. García (ESP) - Alé BTC
- 41. A. Santesteban (ESP) - Ceratizit
- 111. E. Merino (ESP) - Movistar Team
- 131. A. González (ESP) - Movistar Team
- 148. S. Gutiérrez (ESP) - Movistar Team
- 194. S. Martín (ESP) - Sopela
- 273. I. Méndez (ESP) - Río Miera

Tour de Francia

Patrocinadores
LCL, E.Leclerc, Skoda, Continental y Kryos

Organizador
ASO

Año fundación
1903

Categoría
UCI WorldTour



De Reynolds a Movistar

Si hay una estructura profesional que es referencia para varias generaciones de aficionados españoles, esa es la que iniciaron dos navarros, José Miguel Echávarri y Eusebio Unzué, allá por 1980. Entonces, el principal apoyo fue de Reynolds, fabricante estadounidense de papel de aluminio que había adquirido la empresa local Inasa. Su director general, Juan García Barberena, apostó por el proyecto aportando 12 millones de pesetas (al cambio, 70.000 euros). De Irurtzun a París. Y de ahí a Milán. En una España que comenzaba a reabrazar la democracia, el Reynolds levantó pasiones desde sus primeros años compitiendo de tú a tú con los ciclistas franceses, belgas y neerlandeses. Una utopía sólo unos años antes.

El mejor ejemplo de lo que significó el surgimiento del equipo navarro es que, hasta entonces, sólo dos ciclistas españoles, Federico Martín Bahamontes (1959) y Luis Ocaña (1973), habían conseguido ganar el Tour de Francia. Después, hasta diez españoles han levantado los brazos en los Campos Elíseos. Siete de los triunfos fueron cosechados por ciclistas de la escuadra navarra. Uno de ellos fue Miguel Indurain, que ganó cinco veces consecutivas la Grande Boucle, entre

Giro de Italia

Patrocinadores
Enel, Mediolanum, Segafredo, NamedSport, Sara y Eurospin

Organizador
RCS Sport

Año fundación
1909

Categoría
UCI WorldTour



1991 y 1995, ya con Banesto como patrocinador del equipo. Otra escuadra, ya desaparecida, fue el mítico KAS. La fábrica vitoriana de refrescos fue pionera en el patrocinio a finales de los 50, ligando su nombre prácticamente desde sus orígenes a las dos ruedas. En la década de los 90, la influencia del ciclismo español se consolidó. A los grandes triunfos de

Indurain se sumó el crecimiento de estructuras como el Kelme, del ya mencionado Belda, el Vitalicio Seguros y el ONCE. Otro equipo con gran pedigrí, pero ya en los 2000 fue el Euskaltel-Euskadi, que logró que en julio los Pirineos se llenaran de vascos vestidos de naranja (color del equipo) para animar a sus corredores, la mayoría nacidos en esta región.

La Vuelta

Patrocinadores
Carrefour, Cofidis, Loterías, Skoda y Correos

Sede
Unipublic / ASO

Año fundación
1935

Categoría
UCI WorldTour



Burgos BH

Patrocinadores
BH, Diputación de Burgos, Skoda, Mobel y Gopasa

Sede
Burgos

Año fundación
1982

Categoría
UCI ProTeam



La nueva esperanza
Aquel equipo, desaparecido en 2012, ha retornado a las carreteras, potenciando la cantera, y desde este año rodando con el mismo espónsor principal en su *maillot*. El ciclismo español del mañana está en esos cuatro equipos ProTeam y la cantera de estructuras sub-23 que se reparten por toda la geografía española.

En 2021, el equipo *pro* español creado por el exciclista Alberto Contador (Kometa) pasará a ser italiano con un nuevo patrocinador principal, Eolo, con el que debutará como ProTeam. Por otro lado, resulta relevante el crecimiento exponencial del ciclismo femenino, liderado por el Movistar Team Women. Es el único equipo en la élite y el ejemplo a seguir para

Caja Rural

Patrocinadores
Caja Rural, Seguros RGA, De Rosa, Gobik y Miche

Sede
Pamplona

Año fundación
1987

Categoría
UCI ProTeam



las siete escuadras que rodarán en la segunda división del circuito profesional la próxima temporada: Bizkaia-Durango (único equipo que se mantiene desde 2005), Cronos-Casa Dorada, Eneicat-RBH Global, Massi Tactic, Río Miera-Cantabria Deporte, Sopela y la recién llegada Laboral Kutxa, que pende de la Fundación Euskadi. En este sentido, cabe diferenciar los equipos

del WorldTour femenino del resto. El presupuesto medio de una estructura de Primera se sitúa en torno al millón de euros. Por ejemplo, el Movistar Team Women facturó 1,2 millones de euros en 2019, diez veces más que el presupuesto del Massi Tactic para ese mismo año. Pese a que el mapa de estructuras ciclistas se concentra en el norte de España, la afición por

Euskaltel - Euskadi

Patrocinadores
Euskaltel, Laboral Kutxa, DBA, Orbea y Etxeondo

Sede
Bilbao

Año fundación
1994

Categoría
UCI ProTeam



Kern Pharma

Patrocinadores
Kern Pharma, Giant, Etxeondo, Globalia y Lizarte

Sede
Pamplona

Año fundación
2020

Categoría
UCI ProTeam



Eolo - Kometa

Patrocinadores
Eolo, Kometa, Uvet, A Bikes y Gobik

Sede
Pinto (Madrid)

Año fundación
2018

Categoría
UCI ProTeam



Volta a Catalunya

Patrocinadores
Caser Seguros, Fenie Energía, Loterías de Catalunya y Moritz

Organizador
ASO

Año fundación
1911

Categoría
UCI WorldTour



las carreras es mucho más amplia. En Andalucía o Cataluña se organizan pruebas de primer nivel, sin olvidar que Madrid es punto de llegada anual de La Vuelta. Organizada por Unipublic, La Vuelta reparte un millón de euros en premios y genera un negocio de algo más de 21 millones anuales, según las últimas cuentas publicadas. Una cifra que aún sigue lejos de la

Clásica de San Sebastián

Patrocinadores
Skoda, Eusko Label, Etxeondo, Laboral Kutxa y Kirolbet

Organizador
Organizaciones Ciclistas

Año fundación
1981

Categoría
UCI WorldTour



del Tour de Francia, que supera los 100 millones de euros por edición, y de la del Giro, cuyo presupuesto es de 60 millones. Aunque en una escala de negocio menor, en España se celebran otras tres pruebas de primer nivel. La Volta a Catalunya, fundada en 1911, cuenta con un presupuesto de en torno a 1,5 millones de euros tras regresar a la escena pro-

Itzulia - Vuelta al País Vasco

Patrocinadores
Banco Sabadell, Gobierno Vasco y Diputación de Gipuzkoa

Organizador
Organizaciones Ciclistas

Año fundación
1924

Categoría
UCI WorldTour



fesional de la mano de ASO, el gran promotor de las pruebas ciclistas y de motor. La bolsa de premios a repartir de la carrera catalana supera los 100.000 euros. En Euskadi, las dos grandes citas ciclistas son la Clásica de San Sebastián y la Itzulia Basque Country, pruebas del World Tour y con larga trayectoria en el panorama internacional. Ambas pruebas las gestiona Or-

ganizaciones Ciclistas Euskadi, que cuenta con dos millones de euros de presupuesto y reparte 42.000 euros en premios en la Clásica, la única gran prueba ciclista de un solo día que se mantiene en España. La cuantía se duplica hasta 99.000 euros en la Itzulia. Del sur o del norte, España es sinónimo de ciclismo de competición del máximo nivel. □

Bizkaia - Durango

Patrocinadores
Diputación de Bizkaia, Gobierno Vasco, Gaurisa y BH

Sede
Durango (Bizkaia)

Año fundación
2004

Categoría
UCI Women's Continental



- Comunidad

La noción clave que explica el éxito de las marchas cicloturistas pese a que cada corredor la dispute individualmente.
- Competitividad

La gran tradición ciclista atrae a profesionales y amateurs con ganas de batir sus tiempos, lo que atrae más inversión.
- Covid-19

La pandemia ha puesto en jaque a las pruebas populares. El ciclismo ha tirado de tecnología para salir adelante.

Una carrera para cada fin de semana

Si hay un término que define al sector ciclista, ese el de grupe-ta. La palabra, de origen italia-no, se importó desde el norte del país, junto con el resto de la tra-dición ciclista española. La in-dustria y las principales pruebas no profesionales aún se con-centran en estas regiones, pe-ro la influencia del ciclismo se ha extendido en las últimas dé-cadas por toda la geografía es-pañola, a rueda de La Vuelta y el cicloturismo. En los últimos años también se ha beneficiado del despegue de otras pruebas populares en deportes como el running y el triatlón.

Contando únicamente las de car-retera, en España hay 75 mar-chas cicloturistas. Sólo entre las diez grandes rondas ama-teur congregan a más de 33.000 participantes anuales, recorren 2.250 kilómetros y, lo más rele-vante, han logrado armonizar el calendario de forma descentra-lizada para no solaparse, lo que permite al aficionado de este de-porte marcar su agenda anual de desplazamientos en base a estos eventos.

Algunas, como La Quebrantahuesos, La Mussara o La Puri-to Andorrana se han convertido en clásicas dentro del ciclis-mo popular por su trayectoria histórica. Se trata de compe-ticiones que no sólo reúnen al ciclista aficionado, sino también al profesional, como Miguel In-

durain, Alberto Contador, Car-los Coloma o Rocio del Alba, y que mantienen su magia cuando los amateurs registran el mejor tiempo frente a ellos. La com-petitividad ha sido uno de los grandes cambios que han ex-perimentado este tipo de ron-das en los últimos años. Si bien La Quebrantahuesos o el Desafío Lagos de Covadonga se han posicionado como la fiesta del cicloturismo, los corredores ya no acuden únicamente con

el objetivo de compartir la expe-riencia, sino de batir al crono y a los rivales. De hecho, esta es la principal motivación, pues a diferencia de otro tipo de prue-bas populares, las cicloturistas no conceden premios económi-cos a los mejores clasificados ni destinan dinero a pagar por la presencia de corredores de élite que las posicionen.

En definitiva, se ha ganado un componente de competitividad sin perder el de popularidad. A diferencia de los maratones, que han perdido participantes de forma paulatina con la popu-larización del deporte, las ron-das cicloturistas mantienen el mismo punto de exigencia gra-cias a su recorrido por los prin-cipales puertos de montaña. Además, han permitido calibrar la distancia en gran fondo o me-dio, dos elementos que se han convertido en las llaves maes-tras para ensanchar la base de inscritos sin perder al partici-pante más fiel.

A la mayor diversidad de perfiles hay que añadir el aumento de dorsales femeninos, pese a que en 2019 apenas representaron cerca de un 6% del total. En al-gunas pruebas, como La Mus-sara, la cuota alcanzó el 12% el último año, y otras como la Mediterranean Epic lanzaron su propio *bike camp* para fomentar

la práctica entre mujeres. Son factores que contribuyen a que más marcas se sumen a patroci-nar estos eventos, que son uno de los grandes caladeros para impactar de forma directa so-bre un consumidor con un alto grado de fidelización.

Sin embargo, todo ha cambiado en 2020 a causa de la Covid-19, que se ha llevado por delante el calendario y ha puesto en jaque el negocio de los organizadores. Detrás de las principales rondas se encuentran empresas espe-cializadas en eventos como Win Sports, Octagon, Unipublic, Last Lap o Laetus Sport pero, sobre todo, están los clubes ciclistas, los grandes dinamizadores del cicloturismo español. Organizar este tipo de eventos requiere un presupuesto de entre 15.000 euros y el medio millón de euros, según la modalidad, las dimen-siones de cada prueba e incluso su localización.

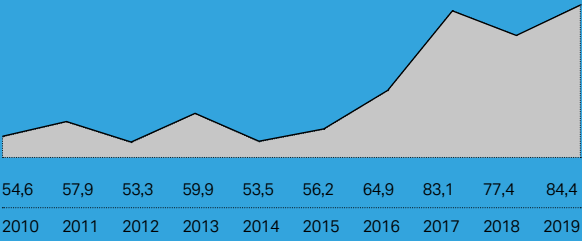
Salvar parte de los dorsales vendidos era fundamental pa-rra cubrir los costes fijos pese a la cancelación y, además, man-tener el contacto con el partici-pante. Para ello se han realizado desafíos virtuales el día que de-bían disputarse las carreras, de forma que el corredor ha podido realizar el mismo recorrido sin desplazarse de su residencia. Plataformas como Zwift han sido las más beneficiadas, au-mentando su comunidad hasta 2,5 millones de usuarios y ce-rrando una ronda de 450 millo-nes de dólares para dar gas a su negocio. Otras, como Garmin, o Strava han dado mayor flexibi-lidad a los recorridos al utilizar sus sistemas GPS para que ca-da ciclista subiera a las platafor-mas online el tiempo y distancia de los diferentes desafíos pro-puestos, aunque en tiempos de confinamiento, la verdadera es-trella fue el rodillo. ■

3.937 M€

Los españoles destinaron un 9,8% más en 2019 a participar de forma activa en pruebas ciclistas y de running, entre otras disciplinas.

¿Cómo ha evolucionado el gasto en la participación en eventos deportivos populares?

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). Gasto medio por persona, en euros.



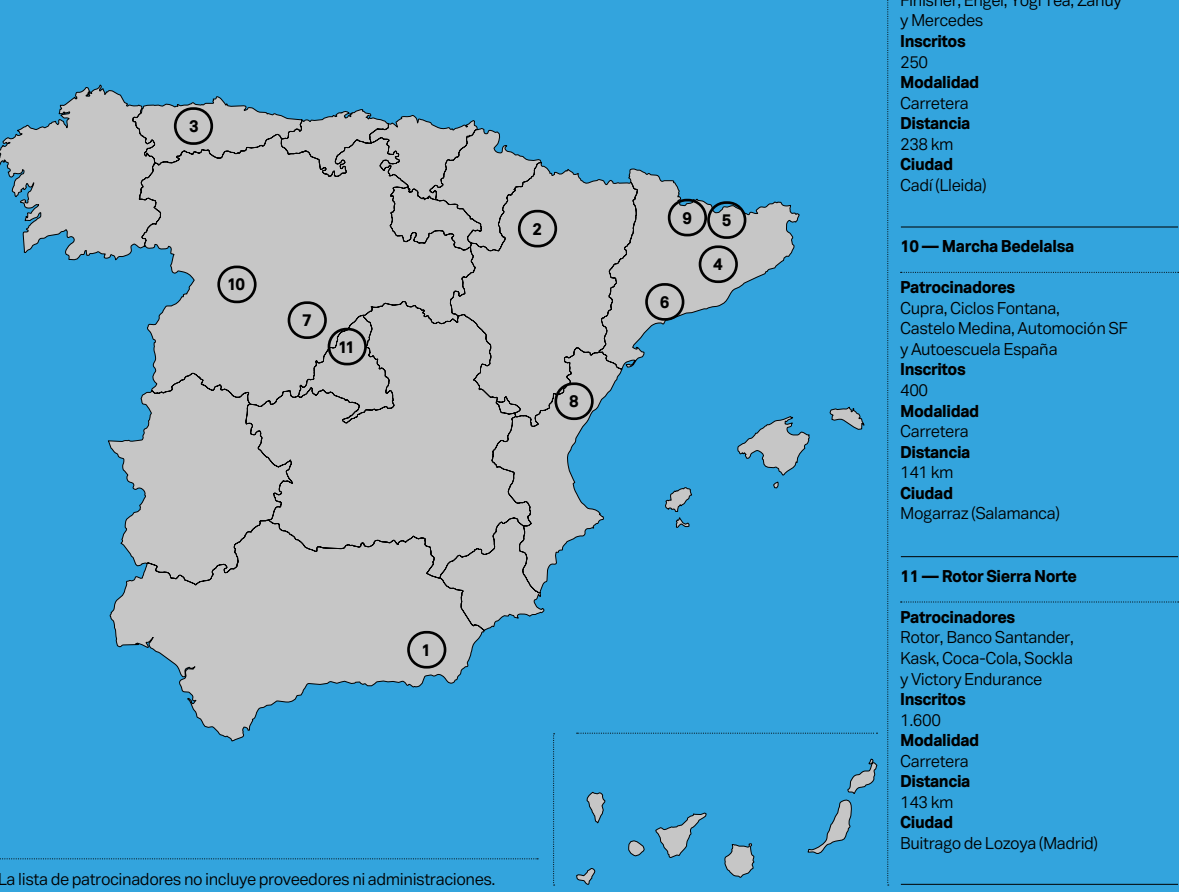
El Desafío Lagos de Covadonga se ha posicionado como uno de los eventos cicloturistas de referencia.



Principales pruebas populares de ciclismo en España

1 — Títan Desert Patrocinadores Skoda, Costa de Almería, Würth, DHL, Gobik, KH7, Eurona y Naviera Armas Inscritos 428 Modalidad Mountain Bike Distancia 675 km Ciudad Marruecos. Edición 2020 en Almería	2 — La Quebrantahuesos Patrocinadores Ibercaja, Oakley, Ambar, Mavic, Ale, Powerade, Continental, Seat y Garmin Inscritos 11.500 Modalidad Carretera Distancia 200 km Ciudad Sabáñigo (Huesca)	3 — Desafío Lagos de Covadonga Patrocinadores Movistar, Santini y Gobierno del Principado de Asturias Inscritos 5.000 Modalidad Carretera Distancia 111 km Ciudad Cangas de Onís (Asturias)	4 — Girona Challenge Patrocinadores Orbea, Rudy, Finisher, Garmin, Yogitea, Powerade, Vegetalia, Mercedes y Engel Inscritos 200 Modalidad Carretera Distancia 278 km Ciudad Girona
5 — La Purito Andorra Patrocinadores Andbank, Encamp, Orbea, Orca, RAW, 226ers, Hotansa, Grandvalira y Artipa Inscritos 2.800 Modalidad Carretera Distancia 120 km Ciudad Andorra La Vella	6 — Mussara Reus Patrocinadores Skoda, Polar, Trek, Sram, Santini, Giro, Camelbak, Etixx, Strava y Compress Inscritos 7.000 Modalidad Carretera Distancia 188 km Ciudad Reus (Barcelona)	7 — Marcha Perico Delgado Patrocinadores Carrefour, Ecoembes, Le Coq Sportiff, Coca-Cola, Powerade, Mahou y MGS Inscritos 2.500 Modalidad Carretera Distancia 163 km Ciudad Segovia	8 — Mediterranean Epic Gran Fondo Patrocinadores F. Trinidad Alfonso, Rotor, El Corte Inglés, Orbea, Mercedes, Kácher, Gobik Inscritos 600 Modalidad Mountain Bike Distancia 242 km Ciudad Castellón
		9 — Cadi Challenge Patrocinadores Orbea, Orca, Rudy Project, Finisher, Engel, Yogi Tea, Zanuy y Mercedes Inscritos 250 Modalidad Carretera Distancia 238 km Ciudad Cadi (Lleida)	10 — Marcha Bedelalsa Patrocinadores Cupra, Ciclos Fontana, Castelo Medina, Automoción SF y Autoescuela España Inscritos 400 Modalidad Carretera Distancia 141 km Ciudad Mogarraz (Salamanca)
		11 — Rotor Sierra Norte Patrocinadores Rotor, Banco Santander, Kask, Coca-Cola, Sockla y Victory Endurance Inscritos 1.600 Modalidad Carretera Distancia 143 km Ciudad Buitrago de Lozoya (Madrid)	

Mapa de las pruebas populares



La lista de patrocinadores no incluye proveedores ni administraciones.

la alta competición a la implantación de la bici en las ciudades hay un trecho. Unos cuantos cientos de kilómetros que recorrer por sufridas carreteras y puertos de montaña hasta que la práctica deportiva y el usuario medio se encuentran, en los que el cicloturismo se convierte en el rey de las pedaladas y su nexo de unión. Pese a que en España hay casi 75.000 fichas federativas, el último *Barómetro de la Bicicleta*, promovido por la Dirección General de Tráfico (DGT), apunta a que el 50% de la población la utiliza con frecuencia y nueve millones de personas se suben a ella semanalmente. Las perspectivas son buenas y hay un sector que se lo mira con optimismo: el turismo, un motor económico clave del país que ha visto en el deporte un elemento de desestacionalización y diversificación de destinos, con la España rural al frente. El cicloturismo es uno de los fenómenos al alza dentro del turismo deportivo, una actividad que movió 2.258 millones de euros en 2019, según el Instituto Nacional de Estadística (INE). El organismo no especifica la aportación de cada disciplina deportiva, ni tampoco mide el impacto directo e indirecto generado en otros sectores. La única métrica es la

En Europa hay 15 grandes rutas cicloturistas que abarcan más de 70.000 kilómetros y 42 países gracias al proyecto EuroVelo. Se trata de un sector que mueve 44.000 millones de euros en la Unión Europea, de los que España representa sólo un 3,68%. Las oportunidades de desarrollo están ligadas directamente al impulso público y al papel de las grandes rondas cicloturistas, donde La Vuelta juega un rol fundamental.

Cicloturismo, un negocio a rueda

1.620 M€

El cicloturismo es una actividad al alza, que en 2016 ya movía más de 1.620 millones de euros en España

Vías Verdes-Fundación de los Ferrocarriles Españoles ve una palanca para desestacionalizar el turismo

que la asociación Vías Verdes realizó en 2016, en la que se estimaba que el cicloturismo movía en torno a 1.620 millones de euros anuales en España. En la Unión Europea (UE) el cicloturismo genera cada año más de 44.000 millones de euros. Es decir, que España apenas representa el 3,68%, y su aportación se sitúa muy lejos de las tres potencias del mercado de la bicicleta: Alemania, donde la industria del turismo y el ciclismo superan los 11.370 millones de euros en impacto económico, Francia (7.940 millones) y Reino Unido (2.840 millones), según el último estudio de la Federación Europea de Ciclistas (ECF). En España menos de un 2% de la población realiza excursiones en bicicleta, la tasa más baja entre la UE y, pe-

se a todo, eso supone más de 80 millones de desplazamientos, de los cuales casi 900.000 incluían pernoctación. Para fomentar la creación de más tramos de vías cicloturistas en la UE nació el proyecto EuroVelo. Uno de los principales objetivos de la asociación es lograr que las instituciones comunitarias inviertan en in-

fraestructuras que permitan los desplazamientos con bicicleta. El proyecto concluyó este año con la creación de los últimos tramos de una red de 70.000 kilómetros de vías ciclistas que conectan todo el continente a través de 42 países y 15 rutas. Uno de los factores que ha llevado a España en comparación a otros países del entorno ha sido

"Cuando La Vuelta descubre un nuevo alto de montaña, el cicloturismo en la zona se dispara de forma exponencial"

Javier Guillén



la falta de impulso público para fomentar el cicloturismo, parcialmente corregido a causa de la Covid-19 con el anuncio del Gobierno sobre la creación de un plan estatal. Para Javier Guillén, director general de La Vuelta, esta falta de apoyo público tiene explicación: "Lo primero que tiene que haber es un buen producto y, cuando lo haya, se podrá seducir a la Administración para que invierta en carreteras, hoteles y vías verdes", argumenta. El directivo, al frente del principal promotor del cicloturismo del país con sus retransmisiones, apunta directamente al papel que desempeñan las grandes rondas en este reto. "Son proyectos que se tienen que entender a medio y largo plazo, que triunfan con el boca a boca. Cuando captan la atención de la Administración es cuando empiezan a darse cuenta de la necesidad de invertir más allá de un evento concreto", sostiene. Carreras como La Quebrantahuesos congregan cada año a más de 15.000 participantes, que generan un impacto económico directo anual de 7,5 millones de euros en la región de Sabiñánigo (Huesca), equivalente al 1,1% del Producto Interior Bruto (PIB) de la comarca, según un estudio elaborado por la Universidad de Comillas. La Titan Desert, que

El perfil en La Vuelta La mitad de los espectadores que acuden a una etapa de La Vuelta practican tres horas de deporte a la semana.

A la cola de Europa España aún se sitúa entre los países con menor tasa de uso de la bicicleta en la Unión Europea. Según el último

barómetro realizado por la European Cyclist Federation (ECF), España se sitúa en el puesto número 18, por detrás de Italia, que ya

ha dado luz verde a un plan estatal para la bici, y únicamente por delante de otros socios comunitarios como Estonia, Polonia, Malta o Chipre.



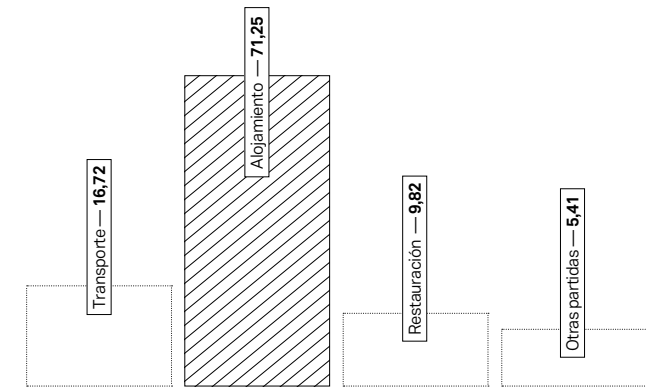
este año se ha celebrado en Almería y no en Marruecos a causa de la Covid-19, ha dejado un retorno de 2,5 millones de euros en la provincia tras movilizar a 400 ciclistas, según RPM-Mktg y Amaury Sports Organization (ASO). La carrera, al igual que La Vuelta, se ve en más de 190 países, clave en un país como España, con una gran vocación turística internacional. Ahora bien, de cara a captar al practicante nacional, ninguna prueba puede competir con el impacto que genera La Vuelta. Sus emisiones en abierto con-

gregan cada año a 400 millones de espectadores acumulados y a una media de 1,5 millones de aficionados en Rtvte, a los que hay que añadir los 35 millones de vídeos vistos en YouTube y las impresiones en el resto de redes sociales. "No hay ningún evento en el país con la capilaridad de llegar a todo el territorio nacional", destaca Guillén. Por eso la ronda se ha posicionado como una de las palancas para dinamizar el turismo de las zonas rurales y su principal aval de éxito es el número de solicitudes que recibe anualmente de

los municipios para ser la meta o la salida de una de las etapas. "Es la mejor inversión que se puede hacer" sostiene Leoncio Carrascal, alcalde de Arreondo, municipio próximo al puerto Los Machucos, una de las ubicaciones que La Vuelta ha popularizado en los últimos años y que hoy se ha convertido en un clásico. Gracias al paso del pelotón se construyó la única carretera que une los valles de Asón y Miera y el turismo se ha incrementado en un 60%, según el ayuntamiento. Localidades como Arreondo pagan un fee de entre 10.000 euros y 50.000 euros, similar a lo que abonan otros municipios habituales en la competición, beneficiadas del denominado precio histórico, más bajo de lo habitual. Hoy la media para las grandes etapas se sitúa entre 150.000 euros y 200.000 euros, como es el caso de Asturias con Angliru, donde se registró el pico de audiencia este año, con 2,4 millones de espectadores. Y es que las cifras no engañan. El informe técnico de la Diputación de Alicante, que destinó 1,2 millones de euros por dar el pistoletazo de salida a La Vuelta en 2019 desde las Salinas de Torrevieja, muestra que el retorno económico prácticamente duplicaba la inversión. □

¿En qué invierte su dinero el turista que acude a La Vuelta?

Fuente: La Vuelta. Gasto medio por persona, en euros.



Gasto por persona El 72% de los desplazados a ver una etapa de La Vuelta lo hizo acompañado y ya había visitado el municipio.

La bici: un elemento de inclusión

a bicicleta no entiende de límites. Con ella uno es capaz de dar una vuelta entera al mundo o de ascender los puertos más altos de los Pirineos. Pero también es una opción inmejorable para las personas con movilidad reducida o cualquier otro tipo de limitación para escaparse de casa y disfrutar de la práctica deportiva, así como elemento de recuperación de lesiones y mejora de la salud.

El ciclismo es la segunda disciplina deportiva más practicada en España por personas con limitaciones físicas o intelectuales tras la natación. Es decir, ningún otro deporte es más practicado al aire libre. Se montan a la bicicleta para entrenar o competir hasta un 37,5% de los españoles con algún tipo de limitación y un 29,9% de entre los gravemente limitados, según la Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2015, elaborado por el Consejo Superior de Deportes (CSD).

■ En España montan en bici un 37,5% de las personas con algún tipo de limitación, ya sea física o intelectual, y un 29,9% de entre los gravemente limitados.

En este sentido, el ciclismo adaptado forma parte de ese 30% de españoles que, afectados por una limitación no grave, practican deporte semanalmente en nuestro país. Una cifra considerable y que después se evidencia en los excelentes resultados obtenidos por España en los Juegos Paralímpicos. El último gran medallista y referente del ciclismo adaptado español es Ignacio Ávila. Triple campeón del mundo y plata en Río en la prueba de fondo en carretera, junto a su compañero de

El segundo deporte adaptado más practicado.
El equipo español ha obtenido 10 medallas olímpicas entre Londres 2012 y Río 2016.

tándem Joan Font, Ávila cuenta con un porcentaje de visión central e inferior al 10% por culpa de una retinosis pigmentaria. A pesar de esta complicada enfermedad, el ciclista catalán ha tenido claro siempre que el deporte y, en su caso el ciclismo, "te permite romper tus límites". "El ciclismo es un gran rehabilitador a nivel físico y también a nivel mental. Te da esa libertad para poderte mover, desplazarte a la montaña... Y más si haces grupeta y vas con gente", destaca Ávila.

"Creo que todo deporte une a las personas. La práctica deportiva es una herramienta fundamental para la integración", asegura este deportista con una ambición que mueve montañas. Su último gran reto fue correr la Titan Desert -nuevamente, junto a Font, sus ojos sobre la bici-, y más allá de terminar, fueron capaces de ganar una etapa en la prueba de MTB más dura del mundo.

Los paralímpicos han tenido que vivir situaciones complejas, traumáticas en muchos casos. El deporte, una vez más, es una terapia perfecta. "No hay que estar parados, rendirse no es

■ El ciclismo paralímpico español ha conquistado 43 medallas olímpicas desde que el CPE participara por primera vez en unos Juegos, en Tel Aviv 1968.

10 medallas

■ Ricardo Ten, protagonista de la imagen que ilustra este capítulo, es ejemplo del grado de superación de los ciclistas paralímpicos

españoles. Tras dos décadas en la piscina, donde ganó siete medallas paralímpicas -tres de oro-, dio el salto a la bicicleta en 2017. En

sólo tres años se ha colgado ocho medallas mundiales: tres de oro, dos platas y tres bronce. Su próximo reto: Tokio 2020.



una opción", explicaba el ciclista Juan Permy a Jesús Calleja. Este deportista gallego, de 21 años, forma parte del programa de cantera de Cofidis. Víctima de un accidente que le produjo una lesión medular cuando tenía sólo dos años, ha logrado recuperar gracias a su tesón y esfuerzo titánico buena parte de la movilidad de sus manos. Las mismas con las que pedalea en su bicicleta adaptada. El deporte de élite paralímpico es "integración, esfuerzo, sacrificio, valores...", recuerda Ávila, subcampeón olímpico. Su próxi-

mo reto deportivo es ganar el oro en Tokio, pero su máximo objetivo es otro: "que se nos considere exactamente igual que a cualquier otro deportista". Empresas como Cofidis ya están apoyando esta igualdad con proyectos como el Equipo Cofidis de Promesas Paralímpicas, en el que colaboran el Comité Paralímpico Español (CPE) y la Rfec, y que tiene como objetivo impulsar el ciclismo desde la base. Ese trabajo desde edades tempranas es clave para mantener el alto nivel demostrado por el ciclismo adaptado español.

Aunque lejos quedan el centenar de medallas que se colgaron los deportistas españoles en las citas de los noventa, con Barcelona '92 como epicentro con 107 medallas, el CPE ha logrado 202 preseas en el siglo XXI. De este medallero, el deporte de la bicicleta ha contribuido con la obtención de 43 medallas desde que el CPE participara por primera vez en los Juegos de Tel Aviv 1968. Con muchas menos pruebas en la gran cita, el ciclismo es la tercera disciplina más laureada después de la natación (338) y el atletismo (195).

Entre Londres 2012 y Río 2016 el ciclismo paralímpico logró colgarse una decena de medallas. En la cita británica, dos oros, dos platas y tres bronce, a los que hay que sumar una plata y dos bronce más en la ciudad carioca. Ricardo Ten, con más de cien títulos en su palmarés entre natación y ciclismo, incluidos tres oros olímpicos, resume todo lo expuesto anteriormente en una sola frase: "El secreto es disfrutar con lo que haces, hay que ser feliz ante todo". Palabra de campeón. □

■Relocalización La mayor competencia entre las marcas y la personalización han concedido un mayor peso al tiempo de entrega.	■Producción La fabricación de bicicletas en España se ha hundido en una década y sólo se han relocalizado los procesos finales.	■El boom eléctrico La venta de ebikes en España está liderada casi en exclusiva por los modelos de montaña. El urbano, casi residual.
--	---	---

El ciclista, un negocio de 1.871 millones

a pasado más de un siglo desde que se disputara la primera prueba de ciclismo deportivo en España. La carrera tuvo lugar en Éibar, desde donde también salió la primera gran ronda del país, el Gran Premio de la República, antecesora de La Vuelta. El origen de las bicicletas en este municipio vasco no es casual, sino que guarda una intensa vinculación con la principal industria de la región: la armera. Cuando el gremio se disolvió por la ralentización de la fabricación tras la guerra, la actividad fa-

bril comenzó a dispersarse por otras ciudades, mientras que otros apostaron por reconvertir la maquinaria para crear un nuevo producto, la bicicleta. Entre 1860 y 1930 verían la luz tres de las empresas que han liderado el desarrollo del ciclismo en el país y la presencia de las marcas españolas en el extranjero: Orbea, BH Bikes y GAC, esta última ya desaparecida. Las otras dos son actualmente las principales compañías del sector, tanto por trayectoria histórica, como por presencia en el

deporte de élite y volumen de facturación. Ambas mantienen su sede en el País Vasco, que aguanta como uno de los principales ejes ciclistas del país en tradición deportiva e industrial. En esta comunidad autónoma están instaladas el 7,9% de las 378 empresas especializadas que operan en España y, aunque aún es uno de los principales motores económicos, ya no es el único. Cataluña copa más de un tercio de las empresas, seguida de Madrid (15%) y Comunidad Valenciana (10%). Entre estas cuatro comunidades autónomas se reparte el 70,7% de todo el tejido empresarial ciclista del país. La polarización se ha acelerado en la última década, ya que en la actualidad hay 120 compañías más que hace siete años, la mayor parte de ellas afincadas en Madrid y Barcelona, principales focos del consumo y de la economía española. El aumento de empresas también guarda una relación directa con la atomización del mercado. En España se comercializan un total de 1.184 marcas, ochenta más que hace un año. De estas, 225 son nacionales y sólo 319 firmas, un 27% del total, venden bicicletas completas. La lista se reduce hasta 191 fabricantes contando únicamente los españoles, aunque sólo la mitad tiene fábricas propias.

El resto ha deslocalizado la producción, en muchos casos rumbo a países del Sudeste Asiático, para abaratar costes. Prueba de ello es que las importaciones de bicicletas se han disparado un 37% en los últimos diez años, hasta 237 millones de euros en 2019, mientras que la producción en España se ha reducido a la mitad en los últimos quince años, hasta 219.400 unidades. La tendencia se ha acelerado tras el confinamiento, ya que el boom de las ventas ha provocado que las principales marcas hayan iniciado una carrera a contrarreloj en el aprovisionamiento para no quedarse sin stock ante la imposibilidad de contar con reposición. ¿El motivo? Los grandes proveedores como Shimano han enfriado el mercado con tiempos de entrega que llegan a superar el año. En España también se produce otra situación clave para entender el proceso de deslocalización, y es que no existe una cantidad mínima de pedidos en las importaciones. Eso permite que nuevas empresas puedan comenzar a funcionar con pequeñas tiradas de bicicletas y otros productos a precios más competitivos. Frente a este tipo de estrategias comerciales, cuyo único valor añadido al sector ciclista se mide en términos de unidades vendidas, otras compañías apostaron por

 Orbea	
■ Denominación social Orbea S. Coop	■ Sede Mallabia (Vizcaya)
■ Año de fundación 1840	■ Facturación 2018 127,5 millones de euros
■ Empleados 278	■ Director general Jon Fernández



BH Bikes	
■ Denominación social BH Bikes Europe SL	■ Sede Vitoria-Gasteiz
■ Año de fundación 1909	■ Facturación 2019 51,39 millones de euros
■ Empleados 88	■ Director general Unai de la Fuente



■ Berria Bikes	
■ Denominación social Berria Bikes SL	■ Sede Villarrobledo (Albacete)
■ Año de fundación 2012	■ Facturación 2019 4,77 millones de euros
■ Empleados 154	■ Director general David Vitoria



■ Conor Bikes	
■ Denominación social Conor Sports SA	■ Sede Egües (Navarra)
■ Año de fundación 1990	■ Facturación 2019 9,05 millones de euros
■ Empleados 26	■ Director general Javier Orbaiceta



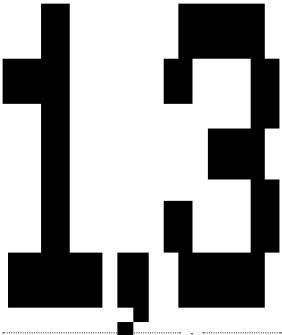
■ Massi Bikes	
■ Denominación social Casa Masferrer SA	■ Sede Granollers (Barcelona)
■ Año de fundación 1934	■ Facturación 2019 9,5 millones de euros
■ Empleados 23	■ Director general Jaume Masferrer



■ Mondraker	
■ Denominación social Blue Sports Factory SLU	■ Sede Elche (Alicante)
■ Año de fundación 2000	■ Facturación 2019 32 millones de euros
■ Empleados 54	■ Director general Miguel Pina



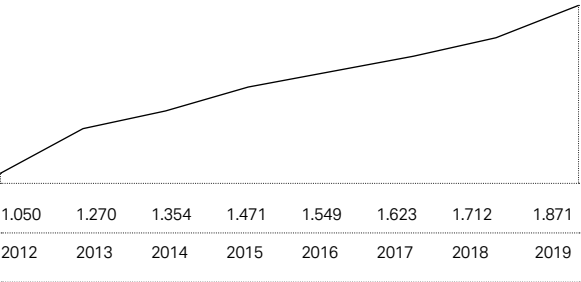
procesos de relocalización que permitieran dar un mejor servicio al consumidor. Es el caso de compañías como Berria Bikes, que en su planta de Villarrobledo (Albacete) da empleo a más de un centenar de personas. Frente a la atomización del mercado y la guerra por los precios, se ha impuesto una segunda tendencia, vinculada a la personalización y los tiempos de entrega. Hoy las grandes marcas como Orbea, BH Bikes, Conor Bikes o Massi Bikes se apoyan en estos dos pilares. ¿El objetivo? Abrir una brecha que permita diferenciarse de otros players que no controlan la cadena de



■Bicicletas vendidas
Millones de unidades vendidas en España en 2019. La previsión es que en 2030 se vendan 30 millones en la UE.

El negocio de la venta de bicicletas y accesorios alcanza máximos

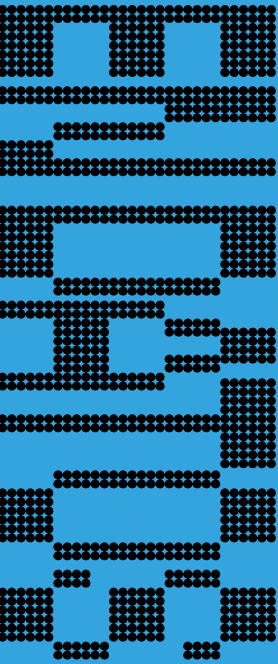
Fuente: Asociación Española de Marcas de Bicicletas de España. En millones de euros.



■ España en la UE
Los principales fabricantes de bicicletas extranjeros consideran a España uno de sus cinco principales mercados a nivel europeo. Marcas como Scott, Trek, Canyon o Specialized sostienen que la fortaleza del mercado español radica en la práctica deportiva, aunque esté lejos en facturación de potencias como Alemania. Se debe a la densidad poblacional, la capacidad de gasto y el impulso público.

producción y crear un valor añadido para el consumidor. Ahora bien, la mayor parte de las empresas únicamente han relocalizado los procesos finales, que incluyen principalmente el montaje de los últimos componentes, el diseño y, en ocasiones, otras partes clave en la técnica como los cuadros. Si bien este tipo de estrategias no ha tenido un impacto real para elevar la producción de bicis, donde sí ha repercutido es en la creación de empleo. El sector de la bicicleta representa un 26,84% del total de trabajadores de la industria deportiva, con 22.567 personas. Más de la mitad, no obstante, se concentran en los puntos de venta, mientras que el resto se distribuye entre proveedores y fábricas, entre otros. Al empleo directo hay que añadir el indirecto, generado a través del cicloturismo y otros sectores vinculados a la bicicleta, donde están puestas las esperanzas de desarrollo en la próxima década impulsando modelos eléctricos urbanos. La venta de ebikes aumentó un 11,3% interanual en 2019, hasta 142.766 unidades, aunque sólo un pequeño porcentaje corresponde a los bicis para ciudad, según explica la Asociación de Marcas de Bicicletas (Ambe). A nivel europeo, la cifra de bicicletas eléctricas vendidas se situó en 3,7 millones el año pasado,

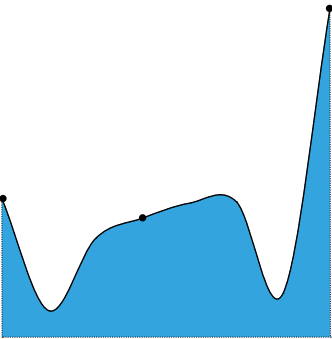
aunque la previsión es que para 2030 se multiplique por cinco y alcance los 15 millones de unidades, la mitad de lo que se espera comercializar entre todos los modelos, según Cycling Industries Europe (CIE), la Confederación de la Industria de la Bicicleta Europea (Conebi) y la Federación Europea de Ciclistas (ECF). La integración de la bicicleta en las ciudades será una de las piezas principales en los tableros políticos de los países del sur de Europa. Países como Italia y Portugal ya han comprometido partidas presupuestarias para su desarrollo, mientras en España aún se trabaja en un plan estatal. Desde Ambe señalan que la bicicleta “debe ser uno de los ejes sobre los que pivote el reparto de los fondos de recuperación por su vínculo a la salud, la actividad física, la sostenibilidad y otros sectores de la actividad económica”. La patronal trabaja con un plan que incluya la creación de infraestructuras y financiación para su inclusión en otros sectores. El objetivo es que la bicicleta no sea únicamente una industria vinculada al deporte, sino que se convierta en la columna vertebral en el desarrollo de nuevos sectores. Sólo así será capaz de romper definitivamente su techo, que actualmente se sitúa en los 1.871 millones de euros.



Retail del ciclismo

La venta de bicicletas en España, disparada

Fuente: Asociación Española de Marcas de Bicicletas de España (Ambe). En unidades.



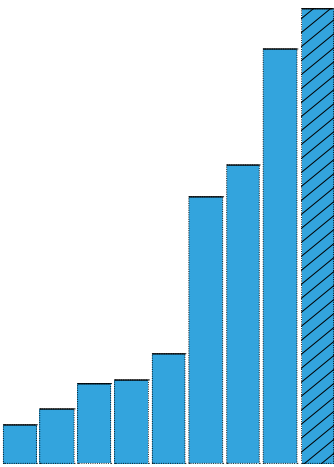
1.118.647 1.103.839 1.261.283
2012 2015 2019

En España se vendieron 1,26 millones de bicicletas en 2019, un 20,4% más interanual. Esta tendencia puso fin a dos años a la baja, en los que el número de unidades cayó un 6% respecto a 2016. El

aumento registrado el año pasado no sólo supuso recuperar el pulso en la venta directa, sino también alcanzar el máximo histórico en el número de unidades vendidas desde que hay registros.

¿En qué categorías de producto hay más operadores ciclistas?

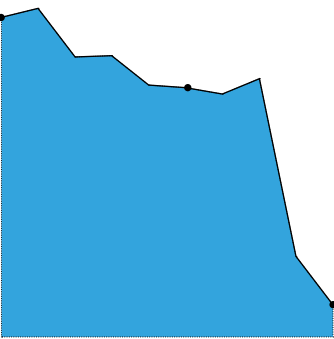
Fuente: Ambe. Número de marcas.



Mantenimiento 41
Calzado 58
Nutrición 85
Electrónica 89
Cascos 117
Textil 285
Bicicletas 319
Accesorios 443
Componentes 485

Producción de bicicletas en España durante la última década

Fuente: Ministerio de Industria. En unidades.



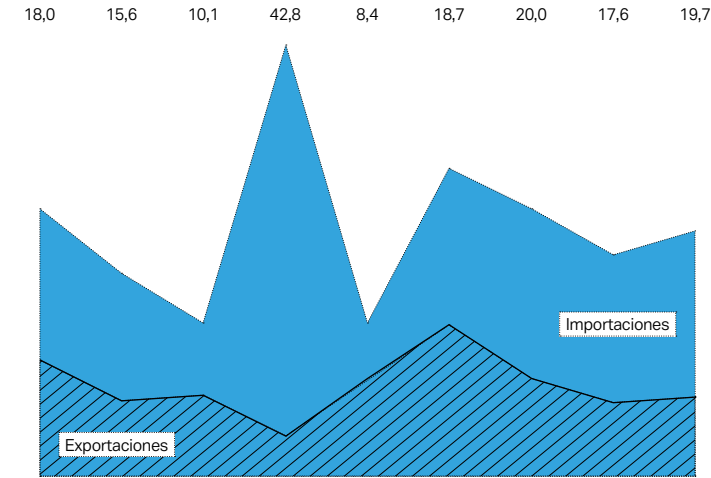
398.017 354.681 219.400
2010 2015 2019

La producción de bicicletas en España sigue registrando mínimos históricos cada año. El grueso de la cadena de producción se ha trasladado a países asiáticos, del norte de África e,

incluso, a Portugal, donde potencias como BH Bikes y Decathlon tienen su principal fábrica. Por ahora sólo se han relocalizado algunos procesos relativos al diseño y montaje final y de las bicicletas.

La balanza comercial de la bicicleta se inclina hacia el exterior

Fuente: Icx. Compraventa de bicicletas con el exterior, en millones de euros.



18,0 15,6 10,1 42,8 8,4 18,7 20,0 17,6 19,7
Ene Feb Mar Abr May Jun Jul Ago Sep

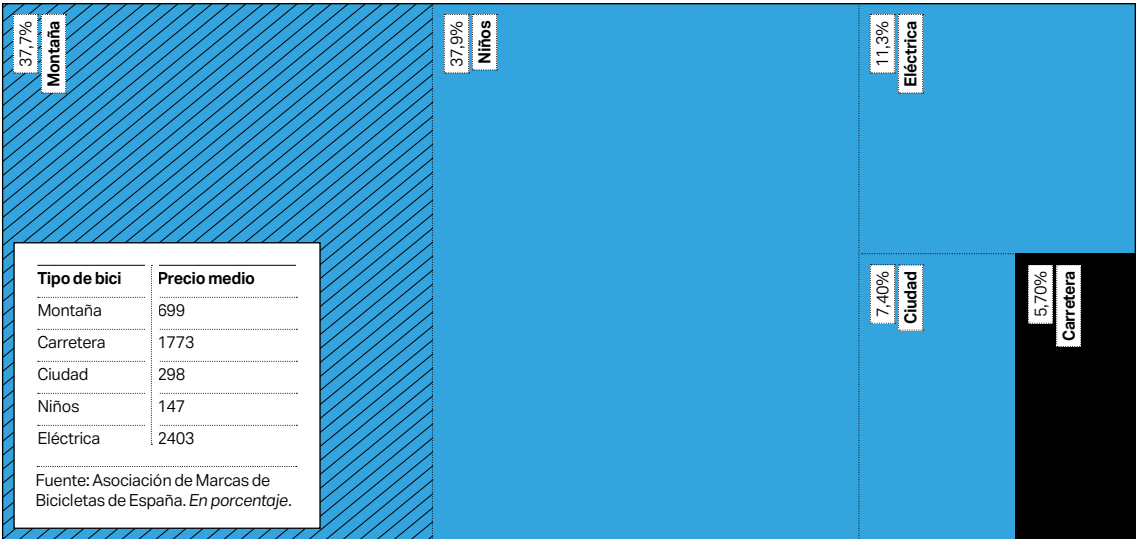
Las exportaciones de bicicletas son uno de los factores clave para medir la relevancia internacional de las empresas españolas. Desde

que se puso fin al confinamiento en España y la mayor parte de Europa se aprecia un notable incremento en la venta de bicicletas al exterior, así como

en las importaciones. En los últimos meses las dificultades sobre el suministro han ralentizado la tendencia al alza en la compraventa al extranjero.

¿Qué categoría de bicicletas se vende más en España?

Fuente: Asociación de Marcas de Bicicletas de España. En porcentaje.



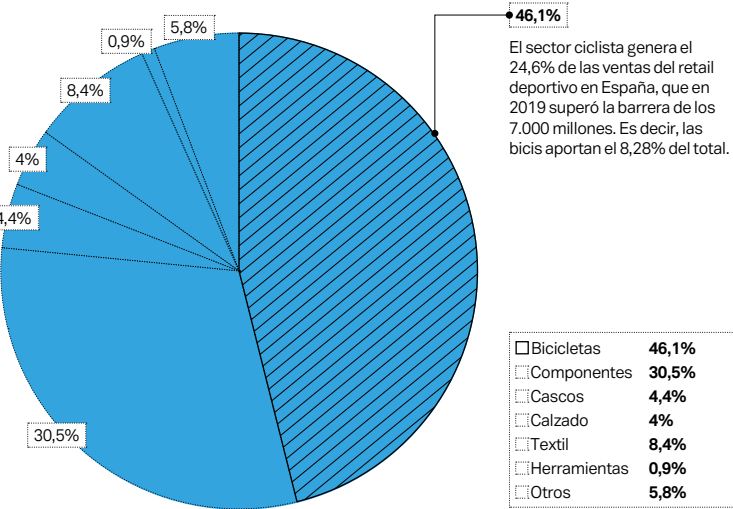
Las ebikes esperan su turno La venta de bicicletas en España se disparó en el año antes de la pandemia gracias a los modelos de niños y

las ebikes. Ahora bien, tan solo un pequeño porcentaje correspondió a bicis eléctricas urbanas, ya que la mayoría aún se emplean con más asiduidad

para la práctica deportiva que para la movilidad urbana. El mercado español, de hecho, es uno de los principales en Europa en bicis deportivas e infantiles.

Aportación de las categorías de equipamiento ciclista a la facturación en 2019

Fuente: Asociación de Marcas de Bicicletas de España. En porcentaje.



Las bicicletas completas, con un 46,09% del total de las ventas, sigue siendo la categoría reina del mercado sell-in. Le siguen los componentes para la

bicicleta, que concentran el 30,47% del valor total, habiendo perdido 1,54% de peso relativo. El textil sigue ganando peso, con 8,41% del

volumen de venta y son la tercera categoría, seguida por los cascos con un 4,37%, y por encima del calzado que obtiene un 3,98% del total.

El negocio de las marcas españolas

Fuente: 2Playbook Intelligence. En millones de euros.

Empresa	Facturación
Orbea	127,5
BH Bikes	51,4
Berria Bikes	4,77
Conor Bikes	9,05
Massi Bikes	9,5
Mondraker	32
MMR Bikes	17,87
Vitoria Cycling	0,4
Megamo	19,7
Santafixie	4,5

El negocio de los quince principales fabricantes españoles de bicicletas superó de forma holgada los 300 millones de euros en 2019. Ninguna empresa contrajo su

facturación el año antes de la pandemia y la previsión es que en 2020, con el boom por el deporte outdoor y el uso de la bicicleta para la movilidad y la práctica deportiva, las ventas suban.

La dependencia sobre el patrocinador de las estructuras ciclistas es casi total en España, cuyo pelotón WorldTour se ha contraído un 45% en la última década. La Vuelta, el Tour y el Giro concentran el 90% de la audiencia que genera el ciclismo en televisión, evidenciando la importancia que tiene para los equipos acceder a estas pruebas para garantizar el retorno a las marcas que les apoyan a cambio de visibilidad.

La compleja financiación del ciclismo

in patrocinadores, las bicicletas profesionales mantienen el cuadro, pero pierden las ruedas para poder avanzar. Si hay algo que no ha cambiado en el ciclismo en el último siglo es la alta dependencia de las estructuras con sus patrocinadores principales. Sin *ticketing* ni ingresos por televisión, convencer a un socio comercial de la rentabilidad de este deporte acaba siendo el único motor de los equipos. Las cifras apoyan a los directores en este reto: sólo en Francia, el Tour 2020 llegó a más de 40 millones de telespectadores, pero la sostenibilidad de las escuadras se tambalea con la salida de un patrocinador principal, poniendo en jaque estructuras de entre 70 y 100 personas, la media de trabajadores en una entidad Worl Tour.

El Team Qhubeka sudafricano fue el último en estar en apuros por la salida de su *title sponsor*. El gigante japonés de las telecomunicaciones NTT no renovó, lo que derivó en la salida de buena parte de sus ciclistas, cuya continuidad en la élite estaba en el alambre. Este año también ha pasado con otros como el CCC polaco y el Mitchelton-Scott australiano, y antes con el Tinkoff -

Saxo ruso y el IAM Cycling suizo, entre otros. ¿Y qué sucede con los equipos españoles? Actualmente, sólo una estructura rueda en la primera categoría de la UCI, el Movistar Team. Los números avalan su inversión en el ciclismo de primer nivel. Sus pruebas son las más seguidas y, por ende, las más rentables. Entre enero y septiembre de 2020, Movistar impactó en 29 millones de españoles a través de 68 horas a través de televisión, prensa, webs y redes sociales; la audiencia en mercados claves fueron 109 millones. Para alcanzar esta visibilidad por otras vías, la marca debería invertir casi 5,5 millones de euros en publicidad. Todo esto, sin contar que la cifra expuesta no suma el Giro y La Vuelta, celebradas este año entre octubre y noviembre por la Covid-19, ni tampoco otras rondas, que duplicarían estos registros con facilidad. Es más, entre enero y octubre de 2019, cuando sí se habían disputado las tres grandes rondas, la au-

diencia en España fue de 60,7 millones de personas e impactó en 197 millones si se suman todos los mercados estratégicos de Telefónica. Entre los tres principales eventos ciclistas, el equipo y sus patrocinadores han superado las 1.567 horas televisivas en todo el mundo, un retorno de la inversión muy complejo de conseguir en otros deportes con menos impacto mediático y en el que el nombre del equipo no tiene tanto peso ni se usa con tanta frecuencia en los medios. El Movistar es también la evidencia del paso de una crisis económica y de la ausencia de una estructura deportiva a nivel nacional bien dirigida que permita a los jóvenes llegar a profesional. En 2010, España tenía tres equipos de élite (Caisse d'Epargne, Euskaltel-Euskadi y Footon-Servetto) y 69 corredores. Francia, y a pesar del espaldarazo del Tour, tenía dos estructuras y 53 ciclistas. Diez años después, Francia es el país que más equipos World Tour aporta y suma 60 corredores, un 58% más que España (38). Menos de la mitad, 15, forman parte del Movistar Team. De los 149 profesionales listados por la UCI, sólo 21 pertenecen a una estructura con licencia española. En Eslovenia, país revelación en 2020, el 76% de sus ciclistas están en un equipo local en Continental.

En el ciclismo actual, el patrocinio ofrece sostenibilidad, pero también ventaja para lograr la victoria final. El Ineos-Grenadiers es el mejor ejemplo. Heredero del Sky Team, no sólo no ha menguado sus recursos, sino que los ha incrementado. De los 50,8 millones de euros que ingresó el equipo en 2019, el 80% provino de Ineos como *title sponsor*, tal y como revelan sus cuentas anuales. Este importe más que dobla los 20 millones que logra Movistar Team entre sus patrocinadores, y multiplica por diez a los equipos ProTeams, donde la dependencia es igual de acusada. Ahí el presupuesto medio es de 3,5 millones de euros, cin-

■ Dependencia total
El 90% de los ingresos de los equipos provienen de sus patrocinadores, lo que resta sostenibilidad a los proyectos.

■ Movistar Team
Es el único equipo español en WorldTour, primera categoría mundial, en la que compiten 19 estructuras de 14 países.

■ La Vuelta, en cabeza
Seguida por 1,5 millones de españoles de media, es el ejemplo de la rentabilidad del patrocinio a través del ciclismo.



co veces menor a las de World Tour y aún superior a gran parte de las escuadras femeninas. Frente a la dependencia del patrocinio surgen dos preguntas: cómo abrir nuevas vías de negocio y cómo poder montar una estructura para captar y formar nuevos talentos cuando todos los esfuerzos de las marcas se centran en los equipos con opciones de participar en las grandes rondas, que son las que aseguran el retorno mediático de la inversión. A estas desventajas competitivas hay que añadir la principal, respecto a los clubes de otras competiciones: la ausencia de ingresos por taquilla y televisión. En el ciclismo, la venta de derechos audiovisuales sirve para financiar los costes de organización de las carreras y los premios que se reparten a los equipos, pero que apenas cubren un 10% del presupuesto. Es un modelo de reparto del negocio que no ha variado con los años y al que Tinkoff aludió para dejar de financiar un equipo ruso.

Cobertura mediática temporal

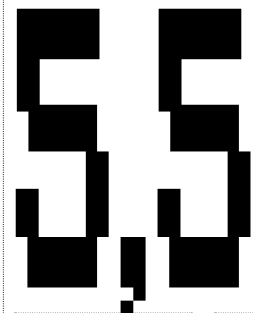
Pese a todo, el ciclismo se ha consolidado como una de las disciplinas con mayor presencia en los medios de comunicación en España. Ahora bien, la visibilidad está acotada en un espacio de tiempo limitado, que coincide con momentos puntuales, como unos Juegos, y, por encima de todo, se concentra en los tres meses de verano, en los que se disputan El Tour, La Vuelta y el Giro. Las tres citas concentraron el 90% de la audiencia televisiva del ciclismo en 2019, de ahí que los equipos que no tienen categoría World Tour luchen por tener una *wild card*.

Medios como *El Mundo*, *El País*, co intensifican su cobertura con la llegada del Tour y La Vuelta. Todos ellos dedican, al menos, una página diaria a la competición en la edición impresa, aunque, en el caso de los dos primeros, en las jornadas clave suele extenderse a una doble página con entrevistas a los protagonistas. Sólo en cuatro ocasiones ocupó uno de los espacios de las portadas en *El País*, nunca como el tema principal. En

el caso *La Vanguardia*, la página diaria sólo la tiene asegurada el Tour, mientras que en La Vuelta y el Giro hay una alternancia de espacios y formatos, con menos relevancia. El periódico, de hecho, concede una mayor relevancia a La Volta a Catalunya por su alcance local, que incluso llegó a ser portada en la edición de 2019, la última disputada.

El resto del año, según fuentes de estos diarios, la cobertura se limita a reportajes semanales o mensuales dentro de la sección de deportes en el papel, mientras que en las ediciones online se hace un seguimiento más frecuente del resto de pruebas del calendario. La razón, explican sus redactores, se debe a la ausencia de un atleta tipo Miguel Indurain en su día, o lo que hoy suponen Rafa Nadal y Fernando Alonso para tenis y motor. Entre la prensa deportiva, la cobertura de *AS*, *Marca*, *Mundo Deportivo* y *Sport* difiere únicamente en el tratamiento al Giro. Unidad Editorial, dueño y *Marca* y *El Mundo*, es a su vez el propietario de la competición italiana, a la que se dedica como mínimo una página diaria, diferenciada del resto por el tono rosa característico de la prueba. El 20 de octubre, de hecho, cuando se solapó con el inicio de La Vuelta, *Marca* otorgó a la carrera italiana una doble página, mientras que la española se ubicó con una página en el anverso.

Una vez acabado el Giro, el protagonismo fue únicamente para La Vuelta, a la que se dedicó cada día tres páginas, acompañadas de la publicidad diaria de Correos



■ Retorno mediático
Movistar logró entre enero y septiembre una visibilidad gracias al ciclismo que le habría costado 5,5 millones.

El seguimiento en redes de los equipos...

	f	🐦	📷
Ineos Grenadiers	924.038	936.890	954.279
Movistar Team	631.526	691.082	635.870
Trek - Segafredo	616.482	217.593	513.309
Deceuninck - Quick-Step	424.439	318.888	487.256
Intermarché - Wanty - Gobert Matériaux	525.461	256.524	320.587
Astana - Premier Tech	385.000	205.968	319.356
Jumbo-Visma	235.988	193.835	317.798
Bora - Hansgrohe	199.385	117.829	402.558
Team Qhubeka Assos	205.348	113.261	213.643
Groupama - Fdj	116.154	104.352	106.207
Uae Team Emirates	50.147	39.020	201.828
Caja Rural - Seguros Rga	34.463	29.912	41.089
Burgos - Bh	10.354	11.951	42.106
Euskaltel - Euskadi	16.121	15.160	24.088
Equipo Kern Pharma	3.912	4.291	7.045
Bizkaia - Durango	4.767	3.646	3.082
Massi Tactic Women Team	1.273	423	3.882
Eneicat - Rbh Global	4.105	362	697
Cronos - Casa Dorada Women Cycling	2.120	1.013	1.791
Rio Miera - Cantabria Deporte	-	956	1.935



Fuerte avance
Movistar Team se ha hecho fuerte como segundo equipo más seguido, sólo superado por Ineos.

... Y el liderazgo entre los grandes ciclistas

	f	🐦	📷
Nairo Quintana	1.000.000	1.200.000	1.300.000
Chris Froome	-	1.500.000	1.100.000
Egan Bernal	6.020	276.600	942.000
Julian Alaphilippe	91.966	98.300	726.000
Richard Carapaz	264.000	179.800	450.000
Alejandro Valverde	18.000	457.300	315.000
Mathieu Van der Poel	138.000	122.100	527.000
Primoz Roglic	260.835	60.300	360.000
Wout Van Aert	80.255	154.100	388.000
Richie Porte	124.000	145.500	285.000
Pello Bilbao	485.000	10.000	17.000
Tadej Pogačar	10.520	50.900	268.000
Enric Mas	30.656	28.400	125.000
Mikel Landa	-	64.500	113.000
Jakob Fuglsang	12.815	68.400	87.600
Carlos Verona	28.000	25.400	79.900
Marc Soler	7.300	19.500	46.600
David de la Cruz	11.000	19.300	42.800
Mikel Nieve	-	24.300	36.800
Jesús Herrada	2.200	8.600	17.000



Nairo Quintana
El colombiano es uno de los mayores activos para el ciclismo. Suma casi más seguidores que Froome y Bernal juntos.

EL ECOSISTEMA DIGITAL DEL CICLISMO DE ÉLITE

y Movistar Team, aunque las únicas etapas que se colaron como tema secundario en portada fueron las dos últimas. Una vez finalizada La Vuelta, como en el resto de grandes medios, el ciclismo se borró del mapa informativo, salvo algunas píldoras en días sueltos dentro de las páginas polideportivas. Lo mismo sucede con radios como RNE, Cope -la única con podcast específico-, Ser u Onda Cero, que por norma suelen conectar únicamente con el final de etapa en Tour y La Vuelta. La visibilidad en los medios, sin embargo, no sólo se acota temporalmente en un momento del año, sino también en dos operadores televisivos y en medios especializados que han surgido para salvar el déficit informativo que existe en la prensa generalista cuando no se disputan los grandes eventos. Se trata de portales con mucha penetración entre los aficionados a la disciplina. Motorpress Ibérica reúne a más de 600.000 usuarios únicos con *Ciclismo a fondo* y *Mountain Bike*, mientras que *Bike* supera los 368.000 usuarios. También han surgido revistas con un enfoque más reflexivo, como *Volata*. El monopolio de derechos de esta disciplina lo tiene Eurosport, que en España cerró 2020 con una cuota de pantalla del 0,1%. Presente en la mayoría de plataformas de pago, en 2019 amplió su red de distribución de la mano de Dazn y ha potenciado las ventas de su OTT a nivel europeo. Hoy sigue siendo el principal aliado de la disciplina, con una comunidad a la que hace dos años añadió los canales de Youtube de Play Sports Group. El mayor impacto sobre las audiencias, sin embargo, no pasa por Eurosport, sino por Rtvé, que ofrece el Tour y La Vuelta y representa el 88% de la audiencia. La *Grande Boucle* congregó en 2020 a una media de 955.000 personas frente al televisor, con un *share* medio del 8,3%. Ahora bien, las audiencias muestran un matiz significativo: las diez etapas que se emitieron en La 1 en vez de en Teledeporte tuvieron una media de 1,4 millones de espectadores, con un pico de 1,74 millones en la etapa reina. Las audiencias, si bien fueron superiores a las de 2019, aún están

por debajo de 2017 y muy lejos de los registros de la primera mitad de la década de 2010. La Vuelta sí que ha mostrado mayor resiliencia, con unas audiencias estables en los últimos años. Las etapas en La 1 dejaron una cuota media del 11% y 1,5 millones de telespectadores, registrando el pico en la etapa del Angliru, con 2,4 millones. Además, las campañas digitales para invitar a gente a disfrutar el recorrido se saldaron con 1,6 millones de reproducciones, una pequeña parte de los 35 millones de videos vistos en sus canales. De hecho, los entornos digitales se han convertido en la gran ventana mediática para deportes como el ciclismo, que suplen su ausencia en medios con una mayor interacción en redes sociales. También se ha recurrido al uso de formatos como el documental para llegar al público *no hard user*, donde Movistar Team fue pionero en el ciclismo. No se trata tanto de generar ingresos directos, como sí de crear nuevos activos para que el retorno a las marcas no se concentre en las tres citas clave. Los diez principales equipos de la UCI suman 11,98 millones de seguidores entre Facebook, Twitter e Instagram, una lista en la que Movistar Team destaca en segunda posición con 1,96 millones de *followers*. Su presencia en la élite y su producción de contenidos hace que tenga una fan base que multiplica a la que conjuntamente suman las otras nueve escuadras españolas. Twitter se ha convertido en la herramienta informativa de muchos seguidores e Instagram, por primar la fotografía, en el principal generador de nuevos consumidores. Y sobre todo, pesa mucho el día a día de los corredores, con un seguimiento mayor que el de sus equipos. Nairo Quintana (3,5 millones de fans) y Chris Froome (2,6 millones) son una muestra más del personalismo al que está sujeto el ciclismo profesional. El tridente español de Movistar Team supera conjuntamente el millón de seguidores, y la suma de *Superman* López añadirá 195.000 más al ecosistema digital. Y no es una cuestión menor: las redes son la llave de la recurrencia mediática ciclista. □

Los ‘Juegos Ciclistas’: el último desafío de la UCI para hacer de la unión la fuerza de las dos ruedas

Innovación La Unión Ciclista Internacional (UCI) ha creado un campeonato mundial que, cada cuatro años, juntará en un sólo lugar hasta trece disciplinas.

Negocio El ciclismo en ruta copa una tercera parte de todo el negocio que genera la federación internacional con sus cuatro disciplinas más mediáticas.

a Unión Ciclista Internacional (UCI) trabaja desde hace años con la intención de unir sus cuatro principales pruebas para que ninguna quede atrás en su plan de desarrollo. Actualmente, el ciclismo en carretera acapara la mayor parte del impacto mediático y económico del deporte de las dos ruedas sin motor. En la era preCovid-19, las cuatro principales pruebas del organismo generaron un impacto económico de 57,8 millones en 2018. Sin embargo, el Mundial de ciclismo en ruta que ganó el español Alejandro Valverde en Innsbruck (Austria) aportó casi tres cuartas partes de esa cifra de negocio. Por ello, la UCI ha ideado una especie de Juegos Ciclistas. Se trata de un Mundial conjunto en el que se disputan hasta trece disciplinas en una misma ciudad, comenzando en 2023. Glasgow (Escocia) albergará esta cita inaugural que se celebrará cada cuatro años, siempre en verano, y en año previo a los Juegos Olímpicos.

La prueba no afectará al Mundial de ciclismo en ruta, ni al del resto de disciplinas, que continuarán disputándose anualmente. El objetivo de esta nueva competición conjunta es que el impacto económico que ahora generan las pruebas ciclistas de forma aislada en diferentes localizaciones se unifique en un único territorio. Con este innovador campeonato, la UCI capitaliza la visibilidad que otorga el ciclismo en ruta, que hará de locomotora para que el resto de disciplinas ganen tracción y tengan la oportunidad de lograr nuevos acuerdos de patrocinio que consoliden su sostenibilidad financiera. □

57,8

Los Mundiales de las cuatro principales modalidades de la UCI generaron un impacto económico de 57,8 millones de euros en 2018.



ucho se ha escrito sobre la Covid-19 como un acelerador de tendencias y, si hay un sector que se ha visto favorecido, ese ha sido el de la bicicleta, entre otros. Más de 47 millones de españoles se confinaron en sus hogares durante la fase más dura de la pandemia, unos meses en los que las ciudades aprovecharon para cambiar y adaptarse a una nueva realidad en la que la ciudadanía busca nuevas alternativas de movilidad para evitar aglomeraciones, atascos y, de paso, ser más sostenibles y activos. La bici se abrió aún más hueco entre el coche y el bus. De hecho, a finales de mayo, un 88% de los españoles afirmaba querer integrar el ejercicio físico al aire libre en su día a día, según una encuesta de la consultora Ipsos.

El uso de la bicicleta para desplazarse podría ser una de las alternativas más elegidas, y las ciudades han aprovechado la ocasión para ponerse al día sacrificando parte del espacio que hasta ahora ocupaban los coches y cederlo a este medio de transporte. "Somos conscientes de que para mantener esta tendencia y generar confianza, es necesario establecer medidas que fomenten el uso de la bicicleta", comentó el pasado junio el ministro de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, José Luis Ábalos, al aclarar que desde el Gobierno se aprobará una estrategia estatal por la bicicleta. Los planes de inversión en sostenibilidad que estaban previstos para más adelante se reprogramaron y aceleraron tras la pandemia. Datos de la Federación Europea de Ciclistas (ECF) indican que en Europa se ha dispa-

Desde el estallido de la crisis de la Covid-19, Roma ha sido la ciudad europea que ha presentado un plan más ambicioso para aumen-

tar su red de carril bici. La capital italiana ha anunciado que sumará 150 kilómetros a su vía urbana ciclista, por los 94 kilómetros de

Bolonia. El Área Metropolitana de Barcelona, octava región del ranking europeo con más de 70 kilómetros en construcción.



do la inversión en infraestructura durante 2020. Entre marzo y diciembre, las distintas administraciones del continente han anunciado inversiones por 1.021 millones de euros para construir 2.323 kilómetros de carril bici, pero hasta el momento sólo se ha construido el 48% de lo anunciado.

Si hay un sector vinculado al deporte que ha vivido su particular boom en plena pandemia, ese ha sido el de la bicicleta. Al calor de la tendencia de sostenibilidad de los últimos años, la Covid-19 ha acabado de catapultar una industria que ofrece lo que la sociedad necesitaba: alternativas de movilidad ágiles, al aire libre y que huyan de aglomeraciones. Las ciudades han captado el mensaje y se están transformando.

Proyectos hasta hace años impensables, como la construcción de un carril bici que cruzara la principal vía de acceso y salida de Barcelona, la calle Aragón, son una realidad desde enero de 2021. La ciudad prevé incorporar 21 kilómetros a su red de vías para la bicicleta y convertir en peatonales espacios que

ahora estaban reservados al coche. La ciudadanía ha respondido y, según datos de Strava, Barcelona elevó un 82% interanual el número de desplazamientos en bicicleta en junio, en plena desescalada. Medidas como las adoptadas por la capital catalana son actuaciones con las que la ciudad podría volver a escalar posiciones en el ranking global de ciudades más *bicycle-friendly* que cada año realiza Copenhagenize. La capital danesa y Ámsterdam lideran el top-20 mundial, del que Barcelona llegó a ocupar la tercera posición en 2012. Desde ese año ha ido perdiendo relevancia por los avances de otras ciudades, como Ámberes, París o Helsinki. De ahí

1.700 KM

Barcelona es la ciudad con más vía ciclista, con más de 200 kilómetros, por los 130 de Madrid.

Vitoria es la ciudad con más carril bici por cada 100.000 habitantes, con 49,6 kilómetros.

que, pese a que Barcelona ha pasado de 116 kilómetros a 209 kilómetros de carril bici entre 2015 y 2019, aún no haya recuperado el terreno perdido. Con todo, la ciudad pionera en realizar una fuerte apuesta por la movilidad en bicicleta es Vitoria. Con un total de 145 kilómetros construidos, es la ciudad española con más vía para bicicletas por cada 100.000 habitantes. "Queremos hacer más sostenible la movilidad ciclista de Vitoria y nuestro objetivo es pasar de la capital verde a la economía verde", explicó meses atrás Gorka Urtaran, alcalde de la ciudad. Le siguen San Sebastián y Valladolid, aunque en número de kilómetros totales el ranking está

liderado por Barcelona, seguido de los 200 kilómetros de Sevilla y los 160 de Valencia y Zaragoza. Madrid, la ciudad más poblada del país, sólo tiene 130 kilómetros de carril bici, lo que equi-

vale a 8,3 kilómetros por cada 100.000 habitantes. Una encuesta de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) sitúa a la capital española a la cola de mejores ciudades para circular con bicicleta, una lista encabezada por Valencia con 71 puntos sobre cien, por los 47 puntos sobre cien que ha recibido Madrid. Los usuarios valoran el número de kilómetros de carril bici, pero también la conectividad entre vías, la seguridad y la oferta pública de bicicletas, así como el mantenimiento de este servicio. Madrid, con un kilómetro de carril bici por cada 100 de vía pública abierta al tráfico, inició su transformación en la etapa de Manuela Carmena como alcaldesa, una cuestión que ha perdido relevancia con el Ejecutivo

de José Luis Martínez-Almeida, en cuyo presupuesto para 2021 no se incluye ninguna partida a esta finalidad.

Lo opuesto ocurre en la periferia de Barcelona, en Granada o Valladolid. Datos de la Federación Europea de Ciclistas indican que los municipios del Área Metropolitana de Barcelona prevén aumentar en 49 kilómetros su carril bici, mientras que en Valladolid se anunciaron 32,7 kilómetros, de los que ya se han completado 6,3 kilómetros. En Granada no se habilitarán vías para pedalear, pero desde que estalló la pandemia se han modificado las carreteras para reducir el tráfico en 60 kilómetros de la ciudad.

Los expertos auguran que la apuesta por transformar las ciudades continuará siendo relevante en los próximos años, en parte por la buena acogida de estas medidas. "Se ha conseguido pasar de ser un país en el que sólo cuatro atrevidos usaban bici en la ciudad, a que cualquiera pueda subirse a una", apunta Jesús Freire, secretario general de la Asociación de Marcas de Bicicletas en España.

La Unión Europea ha aprobado el paquete de ayudas más ambicioso de su historia: 1,8 billones de euros a repartir para reconstruir la economía de la Unión tras la Covid-19, con el compromiso de que el 30% para el ciclo 2021-2027 se destine a la lucha contra el cambio climático. Y, en ese desafío, la bicicleta aspira a jugar un papel protagonista. Las quince principales ciudades españolas suman 1.700 kilómetros de carril bici, una cifra que prevé seguir en aumento en las próximas décadas, en sintonía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. □



"Queremos hacer más sostenible la movilidad ciclista de Vitoria y nuestro objetivo es pasar de la capital verde a la economía verde; vivimos un momento en el que las ciudades buscan su propia identidad".

Gorka Urtaran,
alcalde de Vitoria

Madrid es la ciudad que peor nota ha recibido en la encuesta de la OCU sobre circulación con bicicleta.



La transformación de la movilidad urbana

2playbook.com

