

LA INDUSTRIA DE ARTÍCULOS DEPORTIVOS Y DE FITNESS DEL SECTOR PRIVADO PIDEN UNA ACTUACIÓN URGENTE Y COORDINADA PARA HACER FRENTE A LA CRECIENTE CRISIS DE INACTIVIDAD FÍSICA

Nota de prensa

27 de junio de 2024

Los niveles de inactividad física de los adultos alcanzan máximos históricos

Los nuevos datos publicados el 26 de junio de 2024 por la Organización Mundial de la Salud (OMS) sobre el aumento de los niveles de inactividad física han impulsado a la industria de artículos deportivos y el fitness a unirse para hacer frente a esta alarmante tendencia. Estos datos revelan que:

- **El 31% de los adultos son inactivos** y no alcanzan los niveles recomendados de actividad física, fijados en 150 minutos de ejercicio moderado a la semana.
- De mantenerse esta tendencia, se **prevé que los niveles mundiales de inactividad física aumenten hasta el 35% en 2030** (frente al 26% en 2010).
- Existe una brecha creciente en la práctica de actividad física en función de la edad y el sexo; **las mujeres son menos activas que los hombres en, al menos, 5 puntos porcentuales** y a partir de los 60 años la inactividad física aumenta rápidamente.
- Este año se publicarán nuevos datos sobre adolescentes, pero ya se conoce que el 81% no realiza suficiente actividad física para mantener una buena salud.
- **El coste económico** del tratamiento de enfermedades prevenibles mediante un estilo de vida más activo **superará los 300.000 millones de dólares en 2030**.

Por ello, las mayores empresas de artículos deportivos del mundo como **adidas, Amer Sports, ANTA, arena, ASICS, Cycle Europe, Decathlon, Li-Ning, New Balance, Nike, On, Orbea, Pentland Brands, Puma, Restube, Shimano, SHRED., Specialized, SRAM, Tecnica Group, Under Armour, Wearable Technologies y Yonex** se han unido como miembros de la Federación Mundial de la Industria de Artículos Deportivos (WFSGI) para apoyar este llamamiento a la acción urgente.

A esta acción se unen las **federaciones nacionales de artículos deportivos de Austria, Brasil, Alemania, Japón, Noruega, España, Reino Unido, EE.UU., Cycling Industries Europe, FESI Europe e ISPO, junto con las federaciones de minoristas y de salud y forma física, FEDAS Europe, EuropeActive y Health & Fitness Association.**

Las organizaciones firmantes representan a la industria de artículos deportivos, retail, salud y fitness. Juntas conforman una poderosa plataforma que tiene la responsabilidad de impulsar a la industria mundial del deporte para encontrar soluciones y aplicarlas con el objetivo de abordar el creciente problema de la inactividad física.

El precio de la inactividad

Los nuevos datos que muestran el aumento de los niveles de **inactividad física entre la población mundial están teniendo implicaciones directas para la salud pública ya que contribuyen al aumento de la obesidad y de las enfermedades no transmisibles (ENT)**, que son afecciones crónicas como las cardiopatías, el cáncer, las enfermedades respiratorias y la diabetes.

Mientras que los niveles mundiales de inactividad entre los adultos seguían estimándose en un 28%, la OMS había calculado que el coste de la inactividad física supera los 300.000 millones de dólares, basándose en las estimaciones de que para 2030 se espera que casi 500 millones más de personas desarrollen afecciones de salud que pueden prevenirse con una actividad física regular.

Los niveles de inactividad física en adolescentes superan el 80% y aún no se conoce el impacto total de la pandemia de COVID-19 en los niveles de actividad física entre los niños. Si no se adoptan medidas urgentes para invertir esta tendencia, existe un riesgo muy real de que los niños y los jóvenes, a medida que crezcan, se conviertan en una importante carga sanitaria y económica para la sociedad.

Cómo la industria de artículos deportivos y de fitness puede ayudar a atajar la crisis de inactividad física

La industria de artículos deportivos y de fitness del sector privado asumen los siguientes compromisos que se implementarán mediante colaboraciones múltiples. De esta forma, se comprometen a:

1. **Aumentar la concienciación** sobre la crisis, ya que no está recibiendo suficiente atención gubernamental ni de los medios de comunicación y, por tanto, necesita una respuesta estratégica y coordinada más contundente por parte del sector privado.
2. **Apoyar a las personas para que lleven una vida más activa físicamente aprovechando** la experiencia de la industria en la comercialización del poder del deporte y la actividad física en todo el mundo y canalizando su pasión, creatividad y energía en intervenciones importantes para revertir las tendencias de inactividad física.
3. **Aprovechar el poder de los grandes acontecimientos deportivos** para concienciar sobre la importancia de la actividad física y poner en marcha iniciativas comunitarias dirigidas a las personas inactivas.
4. **Formar asociaciones dentro de la comunidad empresarial y entre sectores** para co-crear conjuntamente una nueva era de iniciativas en materia de salud en el lugar de trabajo, desplazamientos activos y actividad física que animen a los empleados a adoptar estilos de vida activos y saludables.

Colaborar para impulsar un cambio significativo

La industria de artículos deportivos y de fitness se han comprometido a trabajar, junto con los responsables políticos del sector público y la OMS, para hacer frente a los niveles mundiales de inactividad física, apoyando a la Organización en su labor de aplicación del Plan de Acción Mundial sobre la Actividad Física (GAPPA). **Los nuevos datos sobre inactividad revelan que el mundo está**

lejos de alcanzar el objetivo de la OMS de reducir en un 15% la prevalencia mundial de la inactividad física en adultos y adolescentes para 2030.

Trabajar en equipo para marcar la diferencia

Barbara Martin Coppola, directora general de Decathlon dice *"la inactividad física es un problema importante para las comunidades de todo el mundo. El movimiento puede tener un impacto increíblemente positivo en el bienestar de las personas, tanto mental como físico, aunque sólo sean unos minutos al día. En Decathlon, somos grandes defensores de ayudar a las personas a incorporar el movimiento a su rutina diaria, en beneficio de su salud individual, pero también de la sociedad en su conjunto. A través de nuestro propósito, Mover a la gente a través de las maravillas del deporte, nuestro objetivo es construir un mundo más feliz y saludable facilitando a la gente la práctica de los deportes que les gustan de la manera que más les convenga."*

Por su parte, el presidente del WFSGI, Andy Rubin, afirma que *"abordar la crisis mundial de inactividad requiere trabajo en equipo. Los nuevos datos sobre inactividad en adultos muestran que no se está haciendo lo suficiente para invertir la tendencia. Por eso, a pesar de ser competidores en el negocio, nos unimos para compartir nuestros conocimientos sobre el comportamiento de los consumidores y la participación de la gente en el deporte comunitario y la actividad física. Todos estamos en este negocio para ayudar a la gente a ser más activa y a desarrollar una pasión de por vida por el deporte y la actividad física y los beneficios que ello conlleva"*.

Asimismo, Emma P. (Mason) Zwiebler, directora general de la WFSGI, explica el compromiso de la WFSGI con la unión de la industria y la facilitación de una acción eficaz impulsada por las asociaciones para apoyar a las personas más sanas y a un planeta más activo.

"Los nuevos datos de la OMS son muy preocupantes desde el punto de vista de la salud pública, pero también desde el punto de vista de la industria. Conseguir que el mundo se mueva más es un imperativo empresarial para los miembros que representamos", afirma Zwiebler. "Este momento es una gran oportunidad para aprovechar el poder colectivo de la industria de artículos deportivos y de salud y forma física como proveedores de soluciones clave para un planeta más sano y activo para todos. Estamos orgullosos de trabajar junto a nuestros miembros de la WFSGI, las asociaciones comerciales colegas y los principales directores ejecutivos que han salido a apoyar esta declaración y que comparten nuestra visión de impulsar la cooperación de múltiples partes interesadas para lograr un cambio significativo para la salud mundial y los negocios."

Contacto:

Emma Zwiebler, WFSGI CEO

E-mail: emason@wfsgi.org

Phone: +41 79 205 29 29

Linda Murphy, WFSGI Head of Communications

E-mail: lmurphy@wfsgi.org

Phone: +34 625 215 714

Olivier Pedro-Jose, DECATHLON Global Head of Media Relations

E-mail: international.media@decathlon.com