

Distribución de Material Deportivo

(Noviembre 2022 – 8ª edición)

Objeto del estudio

El estudio, elaborado a partir de **información primaria** procedente de las empresas líderes, profundiza en la **evolución reciente** y las **tendencias** del sector, los **factores clave de éxito** del negocio, las **previsiones** a corto y medio plazo, las **oportunidades** y **amenazas** a las que se enfrentará en los próximos años, y el análisis del marketing mix de los operadores más destacados. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de los **34 principales distribuidores minoristas** y los **10 principales grupos de compra** que operan en el sector.

Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ **Evolución del mercado por tipo de operador:** distribución especializada, distribución no especializada (hipermercados, grandes almacenes)
- ⇒ Distribución del mercado de la **distribución especializada** en función de la **asociación a grupos de compra** y la **integración en cadenas**
- ⇒ Distribución del mercado por **segmentos:** textil, calzado, artículos deportivos
- ⇒ **Estructura de la oferta:** número de establecimientos especializados, distribución en función de la asociación a grupos de compra y la integración en cadenas
- ⇒ **Fuerzas competitivas** y **factores clave** de éxito
- ⇒ Número y localización de los **establecimientos** de los **principales distribuidores minoristas** y **grupos de compra**
- ⇒ **Facturación** del conjunto de establecimientos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra
- ⇒ **Cuotas de mercado**, totales y por tipo de operador, de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra
- ⇒ **Resultado antes de impuestos** de algunos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra
- ⇒ **Oportunidades y amenazas** a las que se enfrenta el sector
- ⇒ **Previsiones** de evolución del mercado

Empresas analizadas

Distribuidores minoristas: Adidas, Alcampo, Armería Álvarez, Asics, Barça Licensing & Merchandising, Barrabés, Bata, Benitosports, Bicimarket, Bikila, Carrefour, Décimas, Deportes Blanes, Deportes Santa Gema, El Corte Inglés, Estadio Sport, FitnessBit, Foot Locker, Forum Sport, Fútbol Emotion, Iberian Sports Retail, Joma, Legends Hospitality, New Balance, Nike, Oteros Sport, Padelnuestro, Puma, Red Decathlon, Skechers, Snipes, Tradeinn, Unipreus, VF

Grupos de compra: Atmósfera Sport, Base Detall Sport, Coas Sport, Deportes Cronos, Giro 180, Grupo TotalSport, Gys Sport, Intersport, Point Sport, Tréndico Group

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2021		Las ventas minoristas aumentaron cerca de un 14% en 2021
□ Establecimientos especializados	8.656	Tras la caída de las ventas minoristas de artículos deportivos en 2020, el ejercicio 2021 estuvo marcado por una notable recuperación del negocio ante la progresiva eliminación de medidas de distanciamiento social, repunte del consumo privado y prolongación de la tendencia de crecimiento de las ventas online .
□ Mercado (mill. euros)	6.700	
- Distribución especializada	5.950	
- Distribución no especializada	750	Así, al cierre de 2021 el valor total del mercado se situó en 6.700 millones de euros , lo que supuso un 13,6% más que en el ejercicio precedente.
□ Crecimiento del mercado (%)	+13,6	La distribución especializada reunió cerca del 90% del mercado total , participación que registra una trayectoria de aumento sostenido, tras contabilizar una cifra de 5.950 millones de euros y crecer un 14,2%. Por su parte, las grandes superficies no especializadas contabilizaron por esta actividad una facturación de 750 millones de euros.
- Distribución especializada	+14,2	
- Distribución no especializada	+8,7	

- Cuota de mercado de los cinco primeros minoristas/grupos de compra (%)
- Cuota de mercado de los diez primeros minoristas/grupos de compra (%)

54,1

65,6

Las **perspectivas** para el sector son positivas gracias a la creciente tendencia de la población hacia la **práctica de actividades deportivas**. No obstante, a corto plazo el ritmo de crecimiento del mercado se verá limitado por el **deterioro de la coyuntura** económica.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La octava edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución de Material Deportivo” cuenta con una extensión de 183 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2021.

1. Estructura y evolución del sector

1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución del mercado minorista de textil y calzado deportivo en el mundo por países, 2019-2021.

Tabla 3. Evolución del mercado minorista de textil y calzado deportivo en Europa, 2020-2022. Distrib. por segmentos producto y por tipo de deporte, 2020.

Tablas 4. Número de establecimientos de Decathlon en el mundo por países, diciembre 2021.

Tablas 5-6. Frecuencia de la práctica de deporte en la Unión Europea por países (2017 y 2022), por sexo y edad, 2022.

Tablas 7-8. Evolución del número de gimnasios y usuarios a escala internacional (2008-2019) y usuarios en los países de Europa (2020-2021).

Tabla 9. Evolución del número de usuarios de gimnasios en algunos países de Europa, 2017-2021.

Tabla 10. Evolución del número de gimnasios y de usuarios en Estados Unidos, 2001-2020.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 11. Evolución del número de establecimientos especializados en la venta de material deportivo, 2014-2022.

Tablas 12-13. Distribución de los establecimientos especializados en función de su integración en cadenas y grupos de compra, 2017 y 2022.

Tablas 14-15. Evolución del número de hipermercados (2002-2021) y distribución geográfica (2021).

Tabla 16. Grado de concentración de la oferta, 2021.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tablas 17-18. Fuerzas competitivas relevantes y factores clave de éxito, 2022.

1.4. Evolución de la actividad

Tablas 19-20. Evolución del mercado, total (2004-2021) y por tipo de operador (2016-2021).

Tabla 21. Evolución del mercado de la distribución especializada en función de la asociación a grupos de compra y de la integración en cadenas, 2017-2021.

Tabla 22. Distribución del mercado por segmentos de producto, 2021.

Tabla 23. Evolución del comercio electrónico de artículos deportivos y juguetes, 2014-2021.

1.5. La demanda

Tabla 24. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2005-2021. Previsión 2022-2024.

Tabla 25. Evolución de la población española por segmentos de edad, 2017-2022.

Tabla 26. Evolución del gasto de los hogares destinado a actividades deportivas y recreativas, 2006-2021. Distribución por destino, 2019 y 2021.

Tablas 27-28. Gasto medio por persona destinado a actividades deportivas y recreativas, total (2006-2021) y por CCAA (2021).

Tabla 29. Porcentaje de la población que practica deporte en función del nivel de estudios, 2015 y 2020.

Tablas 30-33. Frecuencia con la que se practica deporte en función del sexo, edad, situación laboral y tamaño del municipio, 2020.

Tabla 34. Tiempo destinado semanalmente a la práctica deportiva en función del sexo y la edad, 2020.

Tablas 35-36. Motivos y barreras para la práctica deportiva, 2020.

Tabla 37. Actividades deportivas practicadas con mayor frecuencia, 2020.

Tabla 38. Distribución de la población en función del gasto realizado en material deportivo, 2021.

Tabla 39. Intención de compra de la población por tipo de producto/servicio, 2021.

Tabla 40. Tipo de producto/servicio adquirido por internet, 2020-2021.

Tabla 41. Lugar de compra por internet de material deportivo y bicicletas, 2021.

Tabla 42. Evolución del número de alumnos matriculados en algunas Enseñanzas de Régimen General no universitarias, cursos 2017/2018-2021/2022.

Tablas 43-44. Evolución del número de federados deportivos (2000-2021) y licencias por federaciones deportivas (2017-2021).

Tabla 45. Distribución geográfica de los gimnasios, octubre 2021.

Tabla 46. Evolución del mercado en el sector de gimnasios, 2002-2021.

Tabla 47. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2008-2021.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tablas 48-49. Estructura media de costes y del balance de los distribuidores minoristas y de los grupos de compra, 2021. Tendencia 2022.

Tabla 50. Evolución del índice de precios al consumo en la clase de equipos para deporte, acampada y ocio al aire libre, 2002-2021.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 51. Composición de los grupos de distribuidores minoristas analizados, octubre 2022.

Tabla 52. Principales operaciones corporativas realizadas por algunos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, 2018-octubre 2022.

Tabla 53. Titularidad del capital de los principales distribuidores minoristas, 2021.

Tabla 54. Tipo de operador y asociación a grupos de compra de los principales distribuidores minoristas, octubre 2022.

Tabla 55. Plantilla de los principales distribuidores minoristas, 2018-2021.

Tabla 56. Nombres comerciales de los establecimientos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, octubre 2022.

Tabla 57. Evolución del número de establecimientos de los principales distribuidores minoristas, 2020-octubre 2022.

Tabla 58. Evolución del número de establecimientos propios y franquiciados de los principales distribuidores minoristas, 2021-octubre 2022.

Tabla 59. Superficie de los establecimientos de algunos de los principales distribuidores minoristas, octubre 2022.

Tabla 60. Evolución del número de asociados y de establecimientos de los principales grupos de compra, 2020-octubre 2022.

Tabla 61. Evolución del número medio de establecimientos por asociado y de la superficie media por establecimiento de los principales grupos de compra, 2020-octubre 2022.

Tabla 62. Plantilla total de los principales grupos de compra, 2019-2021.

2.2. Diversificación

Tablas 63-64. Facturación de los principales distribuidores minoristas y de los asociados a los principales grupos de compra 2020-2021.

Tabla 65. Distribución de la facturación de algunos de los principales grupos de compra por segmentos, 2021.

Tabla 66. Distribución de los establecimientos de los principales distribuidores minoristas por comunidades autónomas, octubre 2022.

Tabla 67. Distribución de los establecimientos de algunos de los principales grupos de compra por comunidades autónomas, octubre 2022.

Tablas 68-69. Localización de algunas aperturas y algunos cierres de algunos de los principales distribuidores minoristas, 2021-octubre 2022.

Tablas 70-71. Número y localización de los establecimientos en el extranjero de los principales distribuidores minorista y grupos de compras, octubre 2022.

2.3. Marketing mix

Tabla 72. Canales de distribución utilizados por los principales distribuidores minoristas, octubre 2022.

Tabla 73. Número y localización de los establecimientos outlet de los principales distribuidores minoristas, octubre 2022.

Tablas 74-75. Marcas propias y principales proveedores de algunos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, octubre 2022.

Tabla 76. Tarjetas de pago y programas de fidelización de algunos de los principales distribuidores minoristas, octubre 2022.

2.4. Cuotas y resultados

Tabla 77. Evolución de la facturación de los principales distribuidores minoristas, 2020-2021.

Tabla 78. Evolución de la facturación de los principales grupos de compra, 2020-2021.

Tabla 79. Cuotas de mercado de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, 2020-2021.

Tablas 80-82. Cuotas de mercado de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra en el mercado total, 2020-2021.

Tabla 82. Cuotas de número de establecimientos especializados de los principales distribuidores minoristas/grupos de compra, 2020-octubre 2022.

Tablas 83-84. Cuotas de número de establecimientos especializados de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, 2020-octubre 2022.

Tabla 85. Número de establecimientos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra en Andalucía, C. Valenciana, Cataluña y Madrid, octubre 2022.

Tablas 86-87. Indicadores de rentabilidad de algunos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, 2019-2021.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 88. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2022.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tablas 89-90. Previsión de evolución del mercado total y por tipo de operador, 2022-2023.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 91. Proyectos de algunos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, octubre 2022.

Tabla 92. Previsión de variación de la facturación de algunos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, 2022-2024.

4. Perfiles de los principales competidores