

ARTÍCULOS DEPORTIVOS EN LA UNIÓN EUROPEA (UE)

Producción	2
Consumo	6
Análisis del consumidor	8
Canales de comercialización	10
Oportunidades para países en vía de desarrollo	12

TABLAS

Tabla 1: Principales empresas productoras de artículos deportivos en Reino Unido	4
Tabla 2: UE-características de la producción europea de artículos deportivos por país	5
Tabla 3: UE-características del consumo de artículos deportivos en los principales mercados	7
Tabla 4: UE-principales deportes realizados en los principales mercados	9

GRÁFICAS

Gráfica 1: UE-producción de artículos deportivos	2
Gráfica 2: UE-principales productores de artículos deportivos	3
Gráfica 3: UE-consumo de artículos deportivos	6
Gráfica 4: UE-participación del deporte en los principales países	8

ILUSTRACIONES

Ilustración 1: UE-canales de distribución de artículos deportivos y de camping	11
--	----

Artículos deportivos en la Unión Europea (UE)/Inteligencia de mercados
Unión Europea, segundo consumidor mundial de artículos deportivos

Por: Legiscomex.com

Diciembre 14 del 2005

Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, España, Países Bajos y Suecia son los principales consumidores de artículos deportivos en la UE, al concentrar el 83% de las ventas.

Equipos y artículos para deportes para la salud (fitness), en equipo, golf, en agua, camping y equitación son los segmentos potenciales para los países en vía de desarrollo en el mercado de la UE.

El deporte suscita en Europa un interés creciente del público y se refleja en la práctica de estos, ya sea en clubes o individualmente, tanto en el marco de competiciones como simplemente por el placer de practicarlos, lo que ha generado un desarrollo de la industria de artículos deportivos, así lo establece un reporte de la Comisión Europea (CE).

Este sector incluye a fabricantes, empresas de suministros y a productores de artículos terminados, así como almacenes y tiendas minoristas y mayoristas. Algunas de estas empresas son: Nike, Reebok, Adidas y Decathlon, entre otras.

De acuerdo con un reporte del Centro para la Promoción de Importaciones desde Países en Desarrollo de Holanda (CBI, por su sigla en inglés), forman parte de este sector los artículos usados para deportes activos, en nieve, náuticos, pesca, equitación, camping y actividades al aire libre, por ejemplo, el montañismo. La industria de artículos deportivos está compuesta por los siguientes grupos de productos:

- Fitness/gimnasio incluye las bicicletas para hacer ejercicio, ruedas, caminadores, entrenadores elípticos y pesas, etc.
- Raquetas para tenis, bádminton y squash.
- Productos para tenis de mesa como pelotas, redes y mesas.
- Pelotas en cuero, en otros materiales, inflables/no inflables, para tenis, fútbol, jockey, críquet, voleibol y básquetbol, entre otros.
- Accesorios y equipos para deportes en equipo/campo.
- Patines para hielo, en ruedas, en línea y patinetas, entre otros.
- Accesorios y equipo para practicar golf.
- Accesorios y equipo para practicar deportes en nieve: esquí, cuerdas, botas y accesorios.
- Accesorios y equipo para practicar deportes en agua: tabla de surfing, esquí y buceo, entre otros.
- Guantes deportivos.

- Productos de camping: tiendas, camas de aire, sleeping bags, accesorios, equipos de escala y para recreación, entre otros.
- Accesorios para pescar.
- Artículos para equitación.

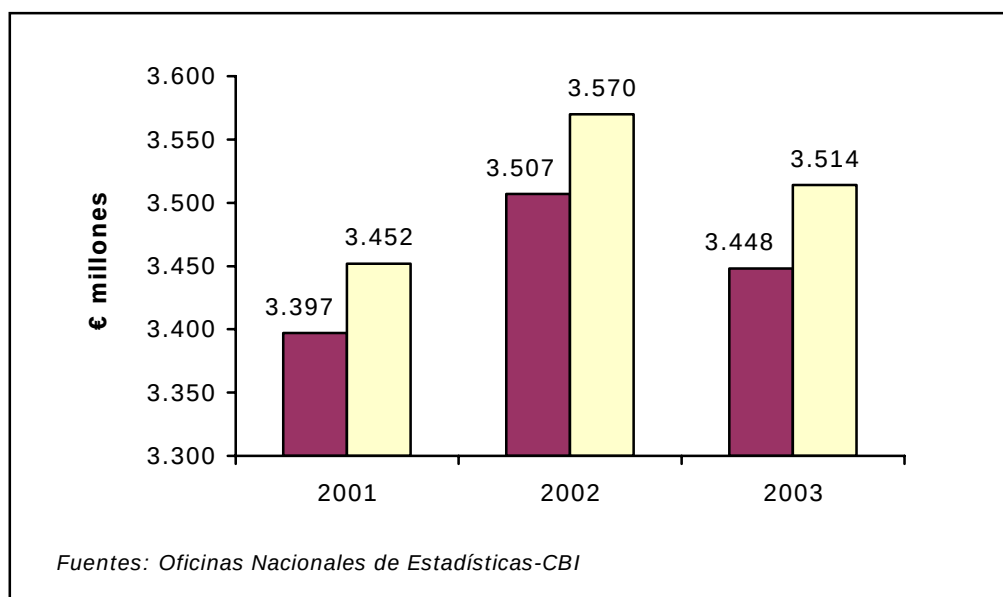
Desde el punto de vista arancelario, esta industria la comprenden las partidas arancelarias **95.06**, “artículos y material para cultura física, gimnasia, atletismo, demás deportes, incluido el tenis de mesa, o para juegos al aire libre, no expresados ni comprendidos en otra parte de este capítulo; piscinas, incluso infantiles”; **95.07**, “cañas de pescar, anzuelos y demás artículos para la pesca con caña; cazamariposas para cualquier uso; señuelos (excepto los de las partidas No 9208 ó 9705) y artículos de caza similares”, y **63.06**, “toldos de cualquier clase; tiendas (carpas), velas para embarcaciones, deslizadores o vehículos terrestres; artículos de acampar”, entre otras.

Producción

En el 2003, la producción de artículos deportivos de la UE-25 fue de €3,51 billones (USD4 billones), según cifras de las oficinas nacionales de estadísticas, y presentó un decrecimiento del 2%, entre el 2001 y el 2003. El 98% fue generado por la UE-15.

El principal aspecto que caracteriza esta industria es el aumento en la subcontratación de la fabricación de partes o de la totalidad de la producción, especialmente en Asia.

Gráfica 1: UE-producción de artículos deportivos

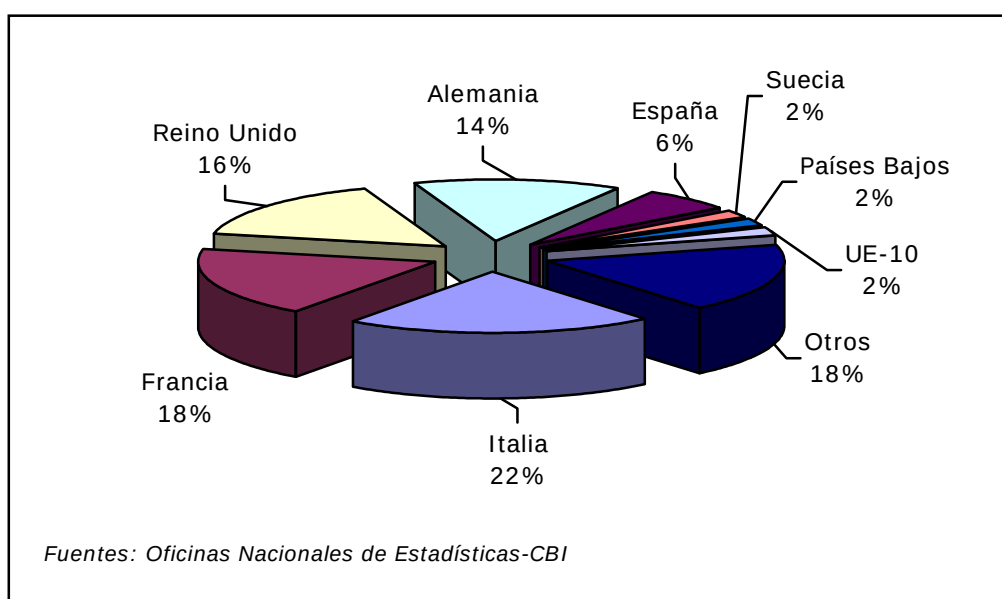


Igualmente, se presentó un incremento en la producción de artículos para equipo/campo, pesca, camping, golf y deportes acuáticos que contrarrestó la caída presentada en guarniciones, patines, equipos de gimnasia y pelotas.

La diferencia clave entre la producción de los nuevos países de la UE y los ya existentes es la naturaleza limitada. Aunque alguna fue realizada para consumo doméstico, otra lo fue para reexportar a grandes multinacionales.

Italia es el principal productor de artículos deportivos, puesto que concentra el 22% del mercado que corresponde a €749 millones (USD846 millones). Le siguen Francia, con un 18% que equivale a €637 millones (USD719 millones); Reino Unido, con un 16% correspondiente a €568 millones (USD642 millones); Alemania, con un 14% equivalente a €501 millones (USD566 millones), y España, con un 6% que representa €205 millones (USD232 millones).

Gráfica 2: UE-principales productores de artículos deportivos



La producción **italiana** representa una quinta parte del mercado mundial, se caracteriza por tener los productos de mayor valor, en comparación con los demás países europeos. Los segmentos más importantes son los de equipo/campo, patines, en donde es el mayor productor europeo; deportes en nieve y de agua.

Los principales artículos que se producen son: equipos para modulación del cuerpo, para realizar ejercicio en el hogar, patines en línea y de ruedas, tablas, esquís, monoesquís, tablas y accesorios para surfing, botes inflables, artículos de gimnasia, pelotas y carpas, entre otros.

La producción en **Francia** durante los últimos tres años presentó un incremento del 6%. Está concentrada en artículos para deportes en agua y de equipo/campo y cuenta con 560 empresas que emplean alrededor de 7.200 personas.

Reino Unido es un importante productor y exportador de este tipo de artículos, especialmente de equipos para golf, equipo/campo y guarniciones. La mayoría de las empresas se especializan en hacer equipos y accesorios para unas 30 diferentes clases de deportes.

Tabla 1: Principales empresas productoras de artículos deportivos en Reino Unido

Empresa	Grupo de productos	Marcas
1. Acushnet Europe	1. Golf	1. Titleist, Footjoy
2. Adidas (UK)	2. Golf, football, rugby	2. Adidas, Taylormade
3. Amer Sports UK	3. Golf, racket, US sports	3. Wilson
4. Bolton Stirland	4. Fitness	4. Tunturi
5. Callaway	5. Golf	5. Callaway, Top Flite
6. Daiwa Sports	6. Fishing, Golf	6. Daiwa
7. Donnay UK	7. Golf, rackets	7. Donnay
8. Dunlop Slazenger	8. Golf, rackets, cricket, jockey	8. Dunlop, Slazenger, Carlton
9. Grays of Cambridge	9. Cricket, hockey, squash, rugby	9. Gray-Nicholls, James Gilbert
10. Hippo Holdings	10. Golf	10. Howson, Hippo
11. House of Hardy	11. Fishing	11. Hardy's
12. Head UK	12. Rackets, skiing	12. Head
13. MacGregor Golf	13. Golf	13. MacGregor
14. Mitre Sports	14. Footballs, rugby balls	14. Mitre
15. Mizuno UK	15. Golf	15. Mizuno
16. Sheakspeare	16. Fishing tackle	16. Shakespeare
17. Unicorn Products	17. Darts, cricket, hockey, bowls	17. Unicorn, Botra, Gunn& Moore
18. Yonex UK	18. Badminton	18. Yonex
19. York Barbell UK	19. Fitness	19. York

Fuente: CBI

La producción **alemana** ha decrecido en un 4%, durante los últimos tres años, al pasar de €523 millones (USD468 millones), en el 2001, a €501 millones (USD566 millones), en el 2003. Artículos o equipos para fitness y deportes en equipo/campo son los que más se producen, al concentrar el 66,4% del mercado.

La mayoría de los fabricantes alemanes de bienes deportivos se especializa en la fabricación de unos productos o en sectores particulares que requieren maquinaria y experiencia especial. Aunque cuenta con una buena reputación por la calidad, los productores han incrementado algunos procesos de outsourcing en Asia y Europa Oriental para poder ser competitivos en cuanto a precio y diseño.

España concentra la producción en equipo/campo y fitness, ya que estos dos segmentos concentran el 76% del mercado. La mayoría de las empresas están localizadas en Cataluña, Aragón y las Islas Baleares. El 20% de las compañías subcontrata los procesos y el 10% tiene licencias para la fabricación en países de Sudamérica o Asia. Según una encuesta realizada por Sports Panel, el 75% de las empresas españolas realiza actividades de exportación.

Tabla 2: UE-características de la producción europea de artículos deportivos por país

País	Producción
Italia	Equipo/campo (32,4%)
	Patines (17%)
	Fitness (14,1%)
	Deportes en nieve (12,7%)
	Deportes en agua (11,5%)
	Artículos para camping (5,9%)
	Pesca (4%)
	Guarniciones (1,5%)
Francia	Equipo/campo (51,1%)
	Fitness (24,9%)
	Deportes en agua (8%)
	Artículos para camping (7%)
	Guarniciones (5,9%)
	Tenis de mesa (3,1%)
Reino Unido	Golf (31,2%)
	Equipo/campo (27%)
	Guarniciones (10,4%)
	Pesca (8,7%)
	Fitness (8,6%)
	Artículos para camping (6,3%)
	Pelotas (4,9%)
	Deportes en agua (2,8%)
Alemania	Fitness (33,4%)
	Equipo/campo (30%)
	Guarniciones (10,3%)
	Deportes en nieve (9,3%)
	Artículos para camping (7%)
	Pelotas (4,4%)
	Tenis de mesa (3,5%)
	Pesca (1,6%)
España	Equipo/campo (51,1%)
	Fitness (24,9%)
	Deportes en agua (8%)
	Artículos para camping (7%)
	Guarniciones (5,9%)
	Tenis de mesa (3,1%)
Países Bajos	Artículos para camping
	Fitness
	Equipo/campo
Suecia	Equipo/campo
	Pesca
	Fitness

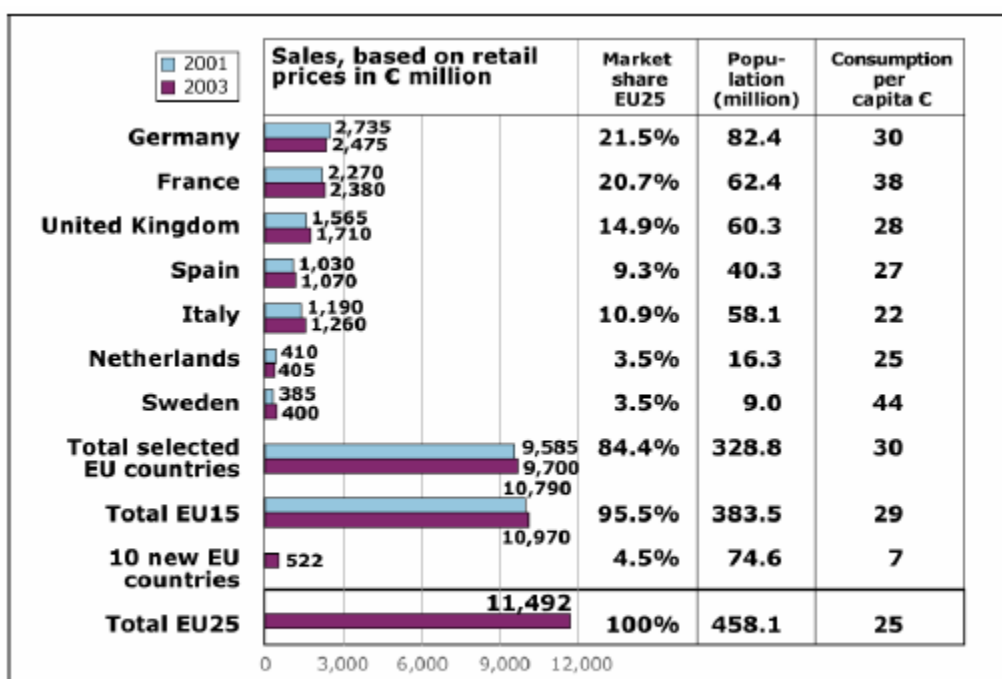
Fuentes: Eurostat-CBI

Consumo

Para el 2003, las ventas de artículos deportivos y de camping de la UE-25 fueron de €11.492 millones (USD12.979 millones), en donde el 83% fue generado por Alemania, Francia, Reino Unido, España, Italia, Países Bajos y Suecia.

Alemania es el principal consumidor de este tipo de productos, ya que concentra el 22% del mercado y tiene un consumo per cápita de €30 (USD34). Le siguen Francia, con un 21%; Reino Unido, con un 15%; Italia, con un 11%, y España, con un 9,3%. Este grupo de países concentra el 78,3% del mercado.

Gráfica 3: UE-consumo de artículos deportivos



Source: VDS, FPS, Mintel, Keynote, HBD, Euromonitor, Sporting Goods Intelligence, Trade Estimates

Durante el 2001 y el 2003, el consumo en estos mercados aumentó en un 1%. Aunque las tasas de crecimiento se redujeron en los últimos años, el gasto de los consumidores se ha estimulado en la mayoría de países, debido al aumento de la demanda de las mujeres y personas de mayor edad.

En la UE, el promedio del consumo per cápita es de €29 (USD33), en donde el registro más alto lo tienen Suecia, con €44 (USD50); Francia, con €38 (USD43), y Alemania, con €30 (USD34). En los nuevos 10 países es más bajo, con un promedio de €7 (USD8) per cápita.

Tabla 3: UE-características del consumo de artículos deportivos en los principales mercados

País	Características del mercado
Alemania	- A pesar de ser el principal consumidor, las ventas han disminuido debido a la recesión de la economía. - Se han incrementado las ventas de equipos baratos por descuento (Aldi y Tchibo, entre otros). - Fitness, golf, deportes en nieve y equipos para realizar deportes al aire libre se han vuelto populares. - Consumo por tipo de producto: fitness (16%), deportes al aire libre (13%), deportes en nieve (13%), golf (11%), fútbol (9%), pesca (7%), patinaje (6%), deportes en agua (5%), tenis (4%) y otros (17%).
Francia	- La actividad deportiva más popular es montar bicicleta. - Como el país cuenta con montañas, costas y climas favorables, los franceses disfrutan realizar actividades en el agua, la nieve, la calle y en espacios exteriores. - Los consumidores tienen en cuenta la calidad y el comportamiento de los artículos o equipos antes que el precio. - Consumo por tipo de producto: deportes en nieve (24%), fitness (18%), deportes al aire libre (16%), golf (12%), pesca (9%), deportes en agua (5%), deportes con raquetas (4%) y otros (12%).
Reino Unido	- Es un mercado altamente fragmentado, porque tiene gran variedad de deportes que requieren equipos y accesorios específicos. - Ha aumentado la demanda hacia equipos para golf, deportes para realizar en casa, al aire libre, fútbol y pesca. - Consumo por tipo de producto: golf (29%), equipo/campo (23%), fitness (20%), pesca (10%), deportes en agua (5%), deportes con raquetas (6%), deportes en agua (4%), pelotas (4%), patinaje (3%) y otros (1%).
España	- La participación de las actividades deportivas en la vida de los españoles se ha incrementado debido a la preocupación por tener una mejor salud. - El fútbol es el deporte más popular, sin embargo, las actividades de fitness y aeróbicos han tomado gran importancia. - Consumo por tipo de producto: equipo/campo (32%), fitness (12%), golf (7%), pesca (7%), pelotas (6%), deportes con raquetas (4%) y otros (32%).
Italia	- Los artículos deportivos han crecido rápidamente, puesto que las actividades recreacionales y deportivas han aumentado su popularidad. - El fútbol es el deporte más popular. - Existe interés por las actividades bajo techo. - Los productos que tienen una mayor demanda son: equipo/campo, deportes en nieve, fitness y deportes en agua.
Países Bajos	Los segmentos que más se demandan son artículos para deportes en equipo, fitness, patinaje en línea y deportes en agua.
Suecia	- Realizan en su mayoría actividades al aire libre. - Golf y fútbol son las actividades más populares. - La pesca y la equitación tienen bastantes seguidores en este país.

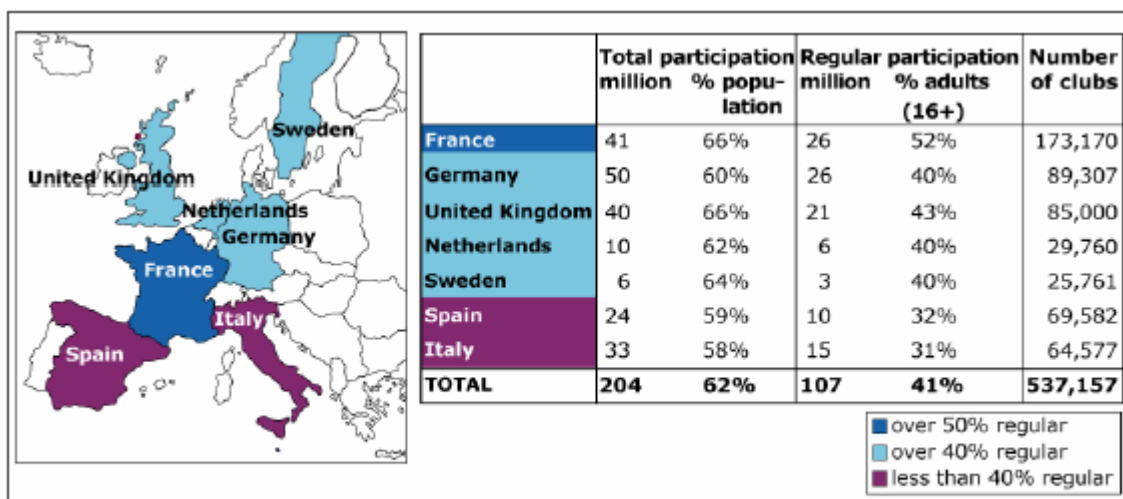
Fuentes: Eurostat-CBI

Análisis del consumidor

Aproximadamente, el 60% de la población europea realiza alguna actividad deportiva. Alemania tiene un gran número de deportistas, que se atribuye al tamaño de la población. Francia cuenta con una alta tasa de deportistas entusiastas (52%), comparado con Italia y España.

Igualmente, existe una clasificación para las personas que realizan actividades deportivas: regular y ocasional. Regular son aquellas que las practican al menos una vez a la semana y ocasionales menos que una vez a la semana. Francia y Alemania cuentan con las mayores tasas de participantes regulares.

Gráfica 4: UE-participación del deporte en los principales países



Source: Estimates derived from National Statistics and statistical yearbooks of the selected countries

Es importante resaltar que los europeos ubicados en la parte norte de Europa tienden a hacer más deportes y ejercicios que los del sur.

Los deportes se realizan en un ambiente competitivo, individual o recreacional. La gente en la mayoría de los países del norte prefiere participar en actividades individuales (deportivas), que exigen menos, en términos de tiempo o compromiso. Así mismo, el fitness es más popular en el norte y ha aumentado su demanda, debido a la aceptación por parte de los jóvenes y de las personas de mayor edad.

En el sur se practican actividades al aire libre, como escalar y deportes en agua, ya que son las más populares.

Las formas tradicionales de deporte, tales como natación y fútbol, tienen todavía un gran número de seguidores en la mayoría de los países de la UE. Los deportes competitivos tales como bádminton, squash y algunos en equipo han sufrido un cambio, debido a que las personas prefieren cada vez más actividades recreacionales como el golf y trotar.

Montar bicicleta es muy popular en la UE, particularmente en Francia, Países Bajos, España e Italia.

Tabla 4: UE-principales deportes realizados en los principales mercados

País	Características del mercado
Alemania	Gimnasio, fútbol, tenis, equitación, pesca, tenis de mesa, natación y caminatas.
Francia	Fútbol, tenis, judo, equitación, básquetbol, natación, caminatas, trotar, camping y pesca.
Reino Unido	Gimnasio, fútbol, golf, tenis, pesca, caminatas, natación y trotar.
España	Fútbol, natación, básquetbol, golf, trotar, fitness, equitación, judo y pesca.
Italia	Fútbol, natación, deportes de invierno, tenis, fitness, deportes en agua, voleibol, básquetbol, pesca y judo.
Países Bajos	Fútbol, natación, fitness, tenis, trotar, patinaje en línea y pesca.
Suecia	Fútbol, esquiar, gimnasia, atletismo, equitación y pesca.

Fuentes: CBI, TGI, Stat. Bundesamt, Insee, Istat, Inébase, CBS y Stat Sweden

La tendencia en la demanda se ve influenciada no solamente por los cambios en la participación de los deportes, sino también por los hábitos de los consumidores y los fuertes efectos de la moda de corto plazo.

Los aspectos que afectan la demanda en la práctica deportiva son:

- 1. Demográficos y económicos:** el envejecimiento de la población de la UE causará un incremento de las personas mayores de 45 años, quienes serán un nicho de mercado importante para el comercio de artículos deportivos. Este grupo tendrá el tiempo y los ingresos para tener una vida más activa, ya que piensan que un modo de vida más sano la prolongará.

En Alemania y Suecia, algunas empresas de seguros cobran un menor valor para la gente físicamente apta y sana. Las personas de mayor edad están dispuestas a comprar o invertir dinero en nuevos equipos e informarse más que la gente joven. Buscan calidad, personal bien entrenado y confiable y un buen servicio posventa.

La gente joven gasta más dinero en deportes o actividades de moda. Las personas entre 35 y 50 años tienen menos tiempo, debido a las obligaciones laborales y familiares, pero cuentan con un alto poder adquisitivo.

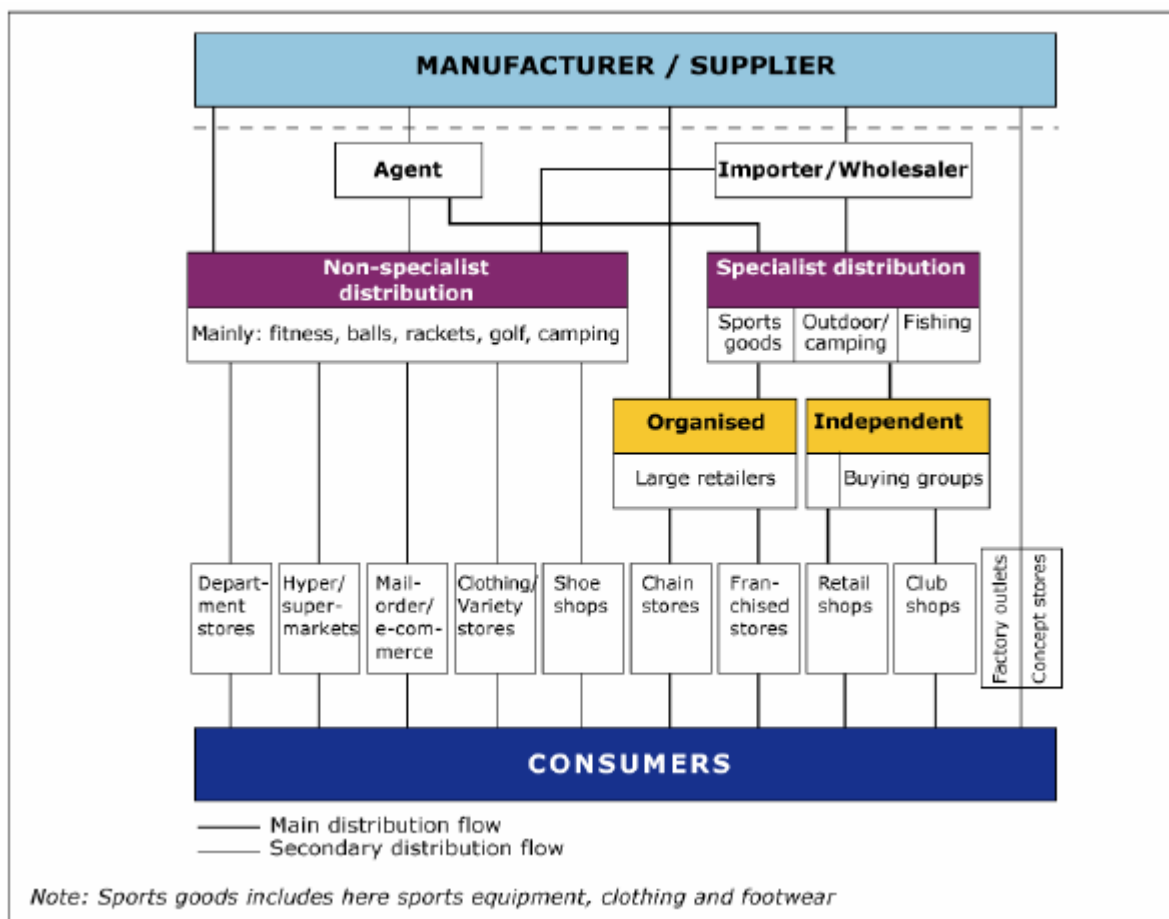
- 2. Moda:** la moda y el diseño tienen una influencia fuerte en todos los artículos de placer y deportivos. Esta tendencia ha sido reforzada por acontecimientos globales como la participación de las mujeres en los deportes y la mayor comercialización de estilos de vida.

3. **Tiempo libre:** debido a los cambios en los modelos de trabajo, los consumidores tienen menos tiempo libre. A pesar de esto, el ocio ha aumentado durante los últimos 10 años. Las personas tienen más opciones de escoger lo que quieren hacer y cuándo hacerlo. Frente a la participación deportiva, los hombres tienden a hacer deporte con mayor frecuencia y durante períodos más largos por semana que las mujeres.
4. **Aumento de patrocinadores y de publicidad:** eventos como olimpiadas y copas del mundo estimulan la participación deportiva.
5. **Mezcla de deportes:** esta tendencia ha visto la llegada de deportes híbridos como beachminton, tripple golf, ultimate frisbee, discgolf y floorball. Esto introduce la posibilidad de generar nuevos productos, al crear una moda a raíz de la combinación de dos deportes establecidos.
6. **Locaciones deportivas:** el aumento en la disponibilidad de centros deportivos permite una mayor posibilidad de ejercer diferentes actividades.
7. **Calidad / precio:** los consumidores buscan productos a buenos precios, alta calidad y servicio. No aceptan productos terminados de baja calidad, con materiales defectuosos o demoras en la entrega.

Canales de comercialización

Los grandes fabricantes y proveedores tienen sus propias redes de distribución y venden directamente a los consumidores. Los más pequeños funcionan por medio de importadores, mayoristas y/o agentes.

Ilustración 1: UE-canales de distribución de artículos deportivos y de camping



En los últimos años, los bienes deportivos se han vuelto más disponibles en todos los mercados de UE. Los conductores clave han aumentado las ventas crecientes en puntos de venta al por menor no especializados, como tiendas de ropa, por departamento, hipermercado y supermercados.

En el 2003, las ventas de este tipo de productos por canales no especialistas estuvieron alrededor del 30%.

De acuerdo con el CBI, los canales de distribución adecuados para los países en vía de desarrollo son:

- Distribución por medio de un importador en cada país.
- Distribución por medio de cadenas de tiendas, grupos de compra, tiendas por departamento o hipermercados.
- Distribución a través de pedidos por correo.

Oportunidades para países en vía de desarrollo

El mercado de equipos deportivos es claramente global y los clientes están preparados para recibir productos de todas partes en el mundo. Los pequeños proveedores, algunas veces, son los que cuentan con mejores exigencias específicas.

Los equipos para fitness (pesos y entrenadores para el hogar), equitación, golf y tablas, entre otros, son los que más oportunidades ofrecen en este segmento para países en vía de desarrollo.

La mayoría de exportadores de estos países concentran la producción de equipos a los fabricantes de la UE. La estrategia, según el CBI, es pensar en suministrar bienes deportivos directamente a los importadores.

En general, se deben buscar oportunidades en áreas en las cuales ellos son fuertes, por ejemplo, bienes deportivos intensivos en mano de obra, que son más complejos de fabricar y donde las marcas no tienen todavía gran importancia.

- **Fitness:** equipos simples de entrenamiento en casa, equipos pequeños para hacer ejercicios y de artes marciales.
- **Deportes en equipo:** pelotas para fútbol, básquetbol, voleibol en colores, rugby y medicinales. Igualmente, en guantes, equipos protectores (rodilleras y cascos, entre otros), bates y otros accesorios que permitan desarrollar este tipo de deporte.
- **Golf:** pelotas, maletines, tapetes y sets de ejercicios, entre otros.
- **Deportes en agua:** gorros, cintas para sujetar el pelo, gafas, alfombras y cinturones, entre otros.
- **Camping:** tiendas, colchonetas, linternas, cuchillos, brújulas, tapetes para picnic y cuerdas.
- **Equitación:** sillas para montar, guarniciones, látigos y estribos.

Igualmente, existen oportunidades en nichos de mercado específicos, como minorías étnicas y personas jóvenes con alguna incapacidad, que requieren equipos y accesorios especiales. Así mismo, las mujeres requieren algunos equipos que son diseñados específicamente para los hombres.