

# Distribución de Material Deportivo

(Diciembre 2020 – 7ª 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 **37 principales distribuidores minoristas** y los **12 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

## Principales magnitudes del sector

### Datos de síntesis, 2019

➤ Establecimientos especializados	8.853
➤ Mercado (mill. euros)	6.000
- Distribución especializada	5.180
- Distribución no especializada	820
➤ Crecimiento del mercado (%)	+5,3
- Distribución especializada	+5,6
- Distribución no especializada	+3,1
➤ Cuota de mercado de los cinco primeros minoristas/grupos de compra (%)	53,6
➤ Cuota de mercado de los diez primeros minoristas/grupos de compra (%)	66,4

### La pandemia interrumpe la tendencia al alza del mercado

En un escenario de todavía **favorable coyuntura**, crecimiento del gasto de las familias y **auge de la práctica deportiva**, las **ventas de material deportivo** experimentaron un **nuevo aumento** en 2019.

Así, los **ingresos** generados por la **actividad minorista** registraron una tasa de crecimiento del **5,3%**, hasta los **6.000 millones** de euros.

La **distribución especializada** continúa **ampliando su cuota** de mercado. En 2019, tras **aumentar un 5,6%**, reunió el **86% del valor total**, habiendo incrementado su participación en un punto y medio desde 2014. Por su parte, los **ingresos por venta** de artículos de deporte obtenidos por las **grandes superficies no especializadas** crecieron un **3,1%**, hasta los **820 millones** de euros.

A pesar de que las restricciones y el cierre de gimnasios y centros deportivos han favorecido las **compras destinadas a la práctica deportiva en el hogar**, especialmente a través de **internet**, no ha sido suficiente para compensar el negativo efecto del **confinamiento** y las restricciones impuestas por la **pandemia de la COVID-19**, que han motivado una **sensible caída de las ventas** durante el año 2020.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

La séptima edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución de Material Deportivo” cuenta con una extensión de 187 páginas y su estructura es la siguiente:

### Identificación y segmentación del sector

#### Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2019.

#### 1. Estructura y evolución del sector

##### 1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución del mercado minorista de textil y calzado deportivo en el mundo, 2012-2017. Distribución por segmentos, 2017.

Tabla 3. Previsión de la facturación de los operadores europeos de artículos deportivos, diciembre 2020.

Tablas 4. Número de establecimientos de Red Decathlon en el mundo por países, agosto 2020.

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

Tablas 7-8. Evolución del número de gimnasios y usuarios a escala internacional (2008-2019) y usuarios en los países de Europa (2017-2019).

Tablas 9-10. Evolución del número de gimnasios (2000-2019) y usuarios (2005-2019) en Estados Unidos.

##### 1.2. Estructura de la oferta

Tabla 11. Evolución del número de establecimientos especializados en la venta de material deportivo, 2014-2020.

Tablas 12-13. Distribución de los establecimientos especializados en función de su integración en cadenas y grupos de compra, 2017 y 2020.

Tablas 14-15. Evolución del número de hipermercados (2002-2019) y distribución geográfica (2019).

Tabla 16. Grado de concentración de la oferta, 2019.

##### 1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tablas 17-18. Fuerzas competitivas relevantes y factores clave de éxito, 2020.

##### 1.4. Evolución de la actividad

Tablas 19-20. Evolución del mercado, total (2004-2019) y por tipo de operador (2014-2019).

Tabla 21. Evolución del mercado de la distribución especializada en función de la integración en grupos de compra y cadenas, 2015-2019.

Tabla 22. Distribución del mercado por segmentos de producto, 2019.

##### 1.5. La demanda

Tabla 23. Evolución del consumo final de los hogares, 2005-2019. Previsión 2020-2023.

Tabla 24. Evolución de la población española por segmentos de edad, 2015-2020.

Tabla 25. Evolución del gasto de los hogares destinado a actividades deportivas y recreativas, 2006-2019. Distribución por destino, 2019.

Tablas 26-27. Gasto medio por persona destinado a actividades deportivas y recreativas, total (2006-2019) y por CCAA (2019).

Tablas 28-29. Actividades en las que la población española emplea su tiempo libre y frecuencia con la que realiza actividades físicas/deportivas, 2018.

Tablas 30-31. Distribución del número de personas que hacen deporte por comunidades autónomas, sexo, edad y situación laboral, 2015.

Tablas 32-33. Tiempo destinado semanalmente a la práctica deportiva por comunidades autónomas y por sexo y edad, 2015.

Tabla 34. Barreras para la práctica deportiva, 2015.

Tabla 35. Evolución del número de alumnos matriculados en algunas Enseñanzas de Régimen General no universitarias, cursos 2015/2016-2019/2020.

Tablas 36-37. Evolución del número de federados deportivos (2000-2019) y de licencias por federaciones deportivas (2015-2019).

Tabla 38. Evolución del mercado en el sector de gimnasios, 2000-2019.

Tablas 39-40. Distribución de los usuarios de centros de fitness por frecuencia, tiempo de uso e instalaciones/servicios más utilizados, 2018.

Tabla 41. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2002-2019.

Tabla 42. Número de compradores y gasto en comercio electrónico B2C por tipos de producto, 2019.

Tabla 43. Intención de compra de la población española por tipo de producto, 2019.

Tabla 44. Participación en la población española de las personas que compraron productos deportivos, 2018-2019.

Tabla 45. Productos deportivos comprados por la población española, 2018-2019.

Tabla 46. Tipos de establecimiento en los que la población compró productos deportivos, 2018-2019.

Tabla 47. Motivos de elección del tipo de establecimiento en los que la población española compró productos deportivos, 2019.

##### 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, 2019. Tendencia 2020.

Tabla 50. Evolución del índice de precios al consumo en la clase de equipos para deporte, acampada y ocio al aire libre, 2002-2019.

#### 2. Principales competidores

##### 2.1. Accionistas y recursos

Tabla 51. Composición de los grupos de distribuidores minoristas analizados, octubre 2020.

Tabla 52. Principales operaciones corporativas realizadas por algunos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, 2018-octubre 2020.

Tabla 53. Titularidad del capital de los principales distribuidores minoristas, 2019.

Tabla 54. Tipo de operador y asociación a grupos de compra de los principales distribuidores minoristas, octubre 2020.

Tabla 55. Plantilla de algunos de los principales distribuidores minoristas, 2017-2019.

Tabla 56. Nombres comerciales de los establecimientos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, octubre 2020.

Tabla 57. Evolución del número de establecimientos de los principales distribuidores minoristas, 2018-octubre 2020.

Tabla 58. Evolución del número de establecimientos propios y franquiciados de los principales distribuidores minoristas, 2019-octubre 2020.

Tabla 59. Superficie de los establecimientos de algunos de los principales distribuidores minoristas, octubre 2020.

Tabla 60. Evolución del número de asociados y de establecimientos de los principales grupos de compra, 2018-octubre 2020.

Tabla 61. Evolución del número medio de establecimientos por asociado y superficie media de los principales grupos de compra, 2018-octubre 2020.

Tabla 62. Plantilla total de los asociados a algunos de los principales grupos de compra, 2018-octubre 2020.

##### 2.2. Diversificación

Tablas 63-65. Facturación (2018-2019) y facturación media por establecimiento (2019) de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra (2018-2019).

Tabla 66. Facturación media por establecimiento de los asociados a los principales grupos de compra, 2019.

Tabla 67. Distribución de la facturación de algunos de los principales grupos de compra por segmentos, 2019.

Tablas 68-69. Distribución de los establecimientos de los principales distribuidores minoristas (octubre 2020) y grupos de compra (noviembre 2020) por comunidades autónomas.

Tablas 70-71. Número y localización de las aperturas y cierres de algunos de los principales distribuidores minoristas, 2019-octubre 2020.

Tabla 72. Número y localización de los establecimientos en el extranjero de los principales distribuidores minoristas, octubre 2020.

##### 2.3. Marketing mix

Tabla 73. Canales de distribución utilizados por los principales distribuidores minoristas, octubre 2020.

Tabla 74. Número y localización de los establecimientos *outlet* de los principales distribuidores minoristas, octubre 2020.

Tablas 75-76. Marcas propias y principales proveedores de algunos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, octubre 2020.

Tabla 77. Tarjetas de pago y programas de fidelización de algunos de los principales distribuidores minoristas, octubre 2020.

Tabla 78. Condiciones de franquicia de algunos de los principales distribuidores minoristas, octubre 2020.

##### 2.4. Cuotas y resultados

Tabla 79. Evolución de la facturación de los principales distribuidores minoristas, 2018-2019.

Tabla 80. Evolución de la facturación de los principales grupos de compra, 2018-2019.

Tabla 81. Cuotas de mercado de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, 2018-2019.

Tablas 82-83. Cuotas de mercado de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra en el mercado total, 2018-2019.

Tabla 84. Cuotas de número de establecimientos especializados de los principales distribuidores minoristas/grupos de compra, 2019-2020.

Tablas 85-86. Cuotas de número de establecimientos especializados de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, 2019-2020.

Tabla 87. Número de establecimientos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra por comunidades autónomas, octubre 2020.

Tablas 88-89. Indicadores de rentabilidad de algunos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, 2017-2019.

#### 3. Perspectivas

##### 3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 90. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2020.

##### 3.2. Previsiones de crecimiento

Tablas 91-92. Previsión de evolución del mercado total y por tipo de operador, 2020-2021.

##### 3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 93. Proyectos de algunos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, octubre 2020.

Tabla 94. Previsión de variación de la facturación de algunos de los principales distribuidores minoristas y grupos de compra, 2020-2022.

#### 4. Perfiles de los principales competidores