



# El Sector de Artículos Deportivos 2018



**afydad**

Spanish Sport  
Association

## EMPRESAS SECTOR DEPORTE (Sell-in)

919  
EMPRESAS



466 Fabricantes

50,71%

El 50,71% de las empresas son exclusivamente Fabricantes nacionales, es decir, que su actividad se limita a la producción de marcas nacionales, aunque ésta pueda estar total o parcialmente subcontratada a terceros, tanto fuera como dentro de España.



381 Importadores

41,46%

El 41,46% son únicamente Importadores de marcas internacionales.



72 Fabricantes / Importadores

7,83%

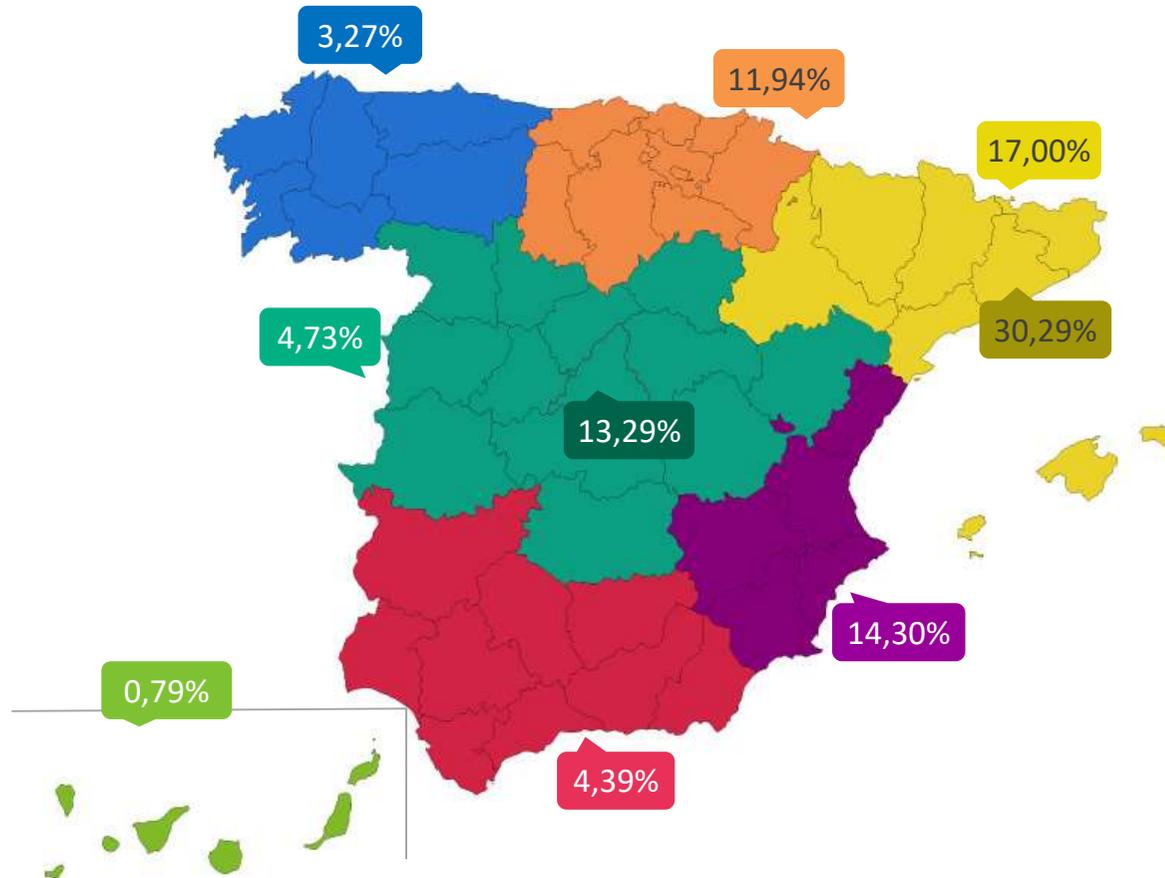
El 7,83% restante corresponde a aquellas compañías que además de ser productores nacionales dedican parte de su actividad a la Importación.



afydad

Spanish Sport  
Association

## DISTRIBUCIÓN EMPRESAS SECTOR DEPORTE por ZONAS



- Zona 1 – C / A / B
- Zona 2 – LEVANTE
- Zona 3 – ANDALUCÍA
- Zona 4 – CENTRO
- Zona 5 – G / A / L
- Zona 6 – NORTE
- Zona 7 – BARCELONA A.M.
- Zona 8 – MADRID A.M.
- Zona 9 – CANARIAS

*Nota:*

Zona 1 – Catalunya / Aragón / Baleares

Zona 5 – Galicia / Asturias / León

Zona 7 – Barcelona Ciudad más Área Metropolitana

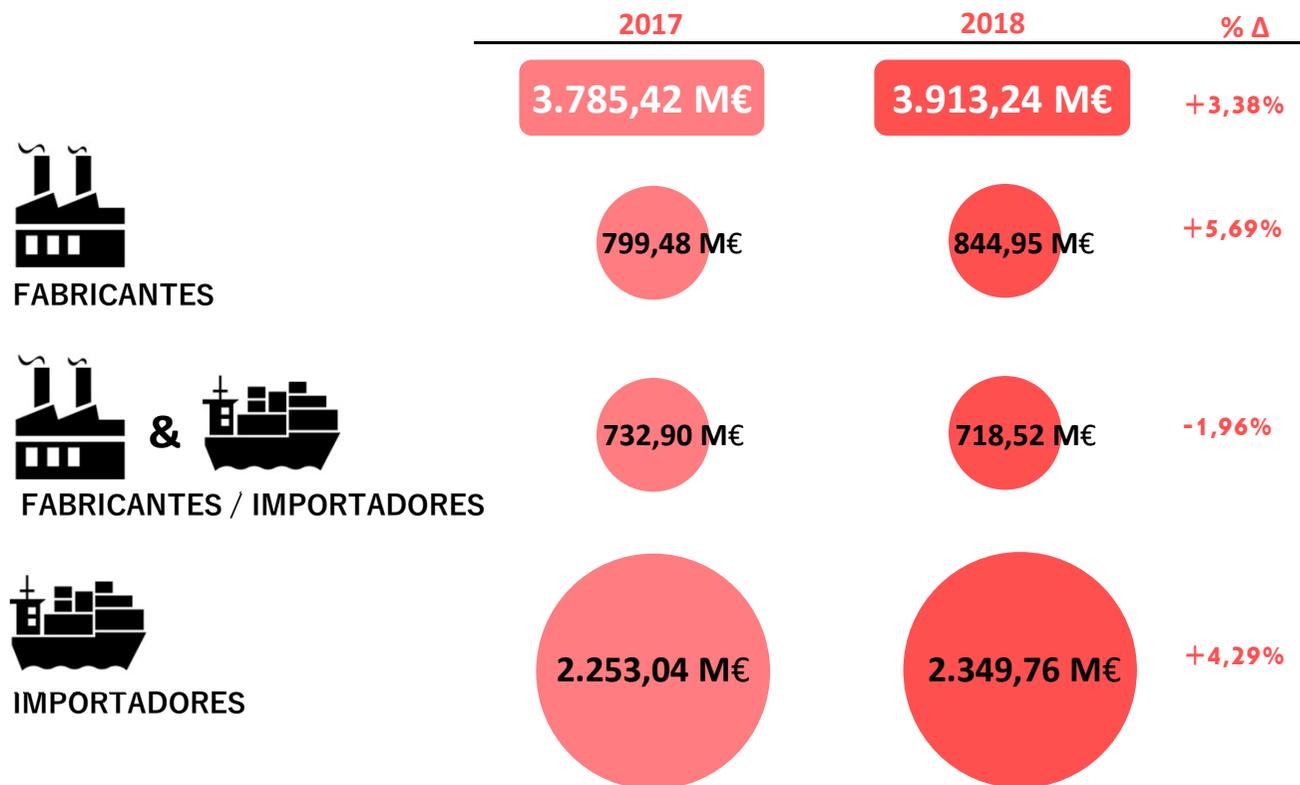
Zona 8 – Madrid Ciudad más Área Metropolitana



**afydad**

Spanish Sport  
Association

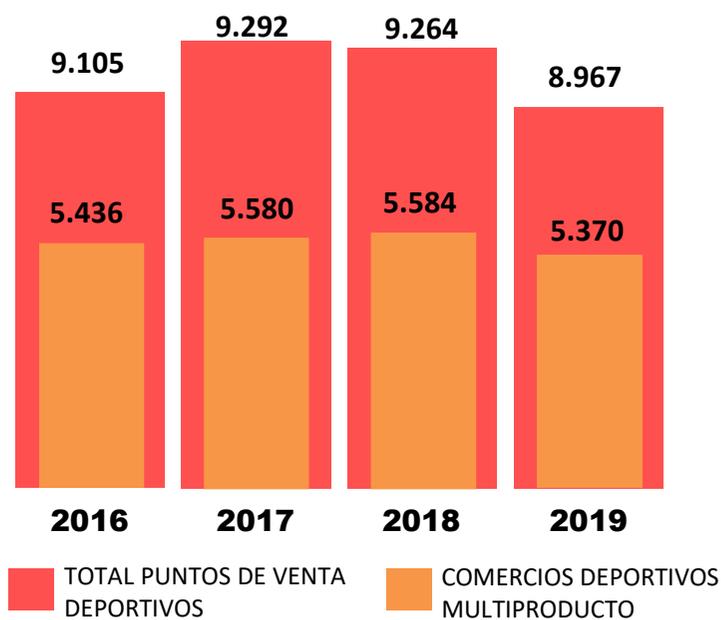
## FACTURACIÓN INDUSTRIA DEPORTIVA (Sell-in)



**afydad**

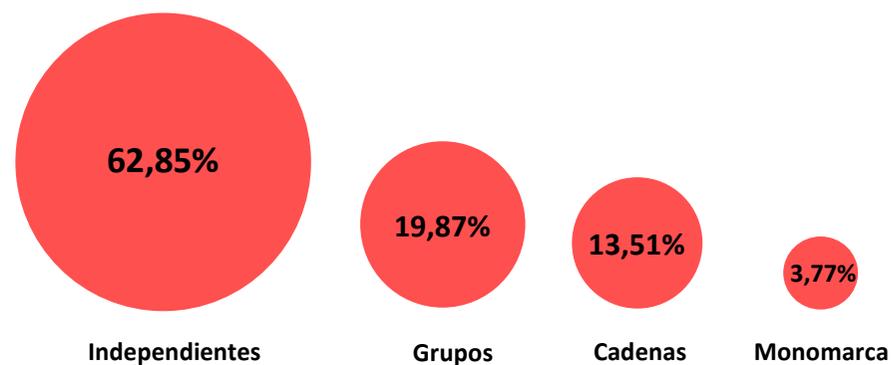
Spanish Sport  
Association

## PUNTOS DE VENTA DEPORTIVOS

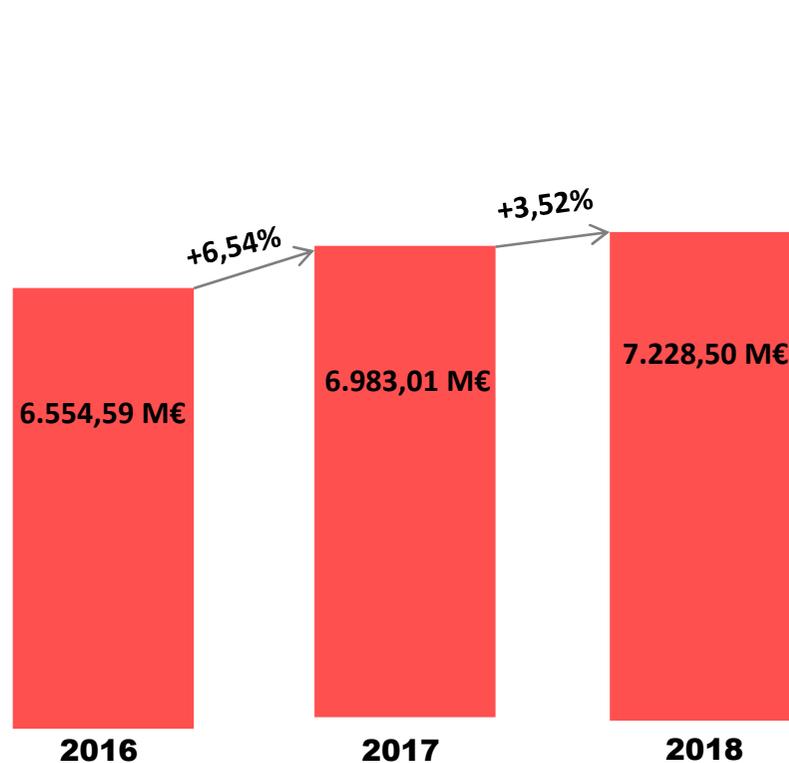


*Datos a 1 de Enero de cada año*

## DISTRIBUCIÓN PUNTOS DE VENTA 2019 POR TIPOLOGÍA DISTRIBUTIVA



## VENTAS SECTOR DEPORTE (Sell-out)



2018

SECTOR DEPORTE : **7.228,50 M€**

SECTOR BIKE : **1.711,89 M€**

**23,68%**

Las ventas del sector de artículos deportivos alcanzó en 2018 los 7.228 millones de ventas, un 3,52% más que el año anterior.

De esta cifra, 1.712 millones de euros pertenecen a las ventas del mercado del ciclismo, el mayor porcentaje (23,68%) entre todas las disciplinas deportivas.

## VENTAS SECTOR DEPORTE POR CANALES (Sell-Out)

	2017		2018		
CANALES ALTERNATIVOS	888,88 M€	12,73 %	960,49 M€	13,06 %	+8,06%
CANALES DEPORTE	5.482,80 M€	78,52 %	5.581,78 M€	77,61 %	+1,81%
CANAL VERTICAL	611,33 M€	8,75 %	686,23 M€	9,33 %	+12,25%
<b>TOTAL SECTOR DEPORTE</b>	<b>6.983,01 M€</b>		<b>7.228,50 M€</b>		<b>+3,52%</b>

Canales Alternativos: Zapaterías, Boutiques, Jugueterías, Bazares...

Canales Deporte: Grandes Almacenes, tiendas Decathlon, tiendas del canal Multiproducto y del canal Específicos

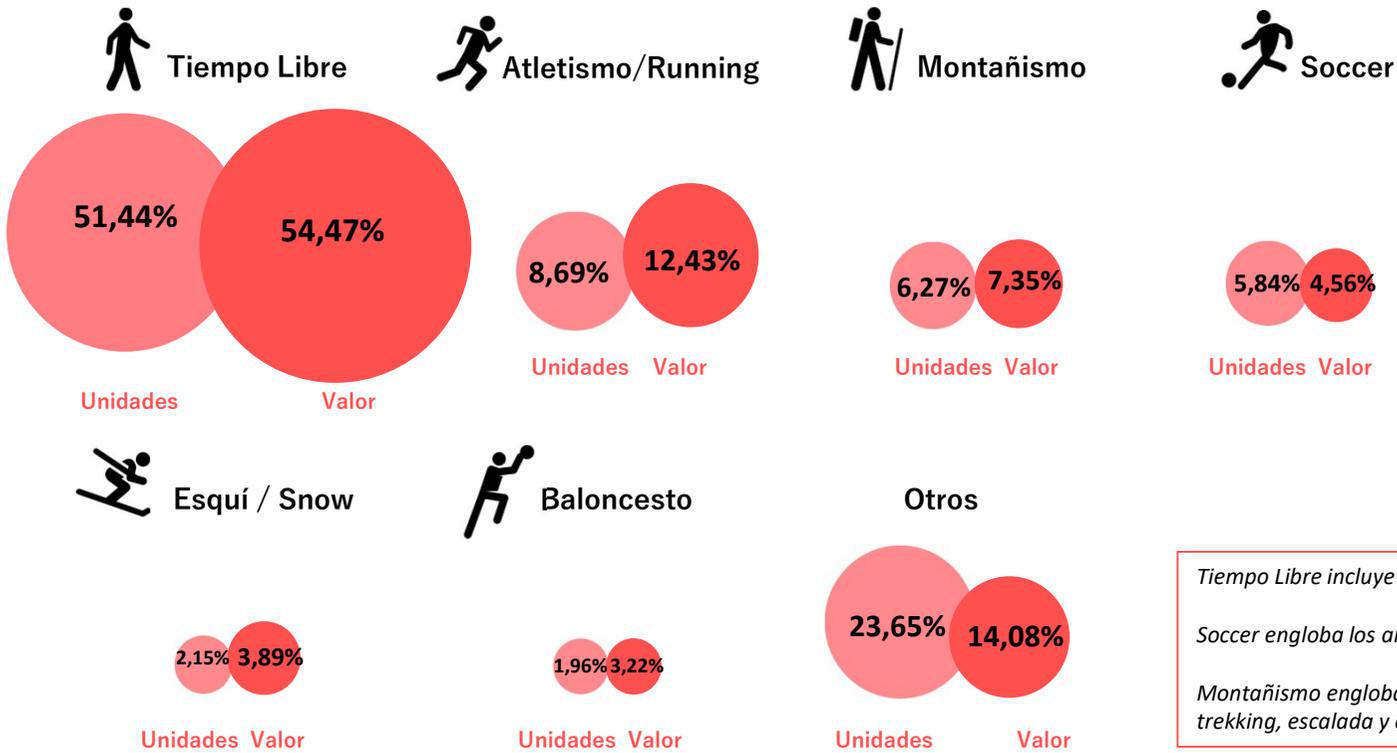
Canal Vertical: Clubs, Gimnasios, Venta por catálogo, Factory Outlets....



**afydad**

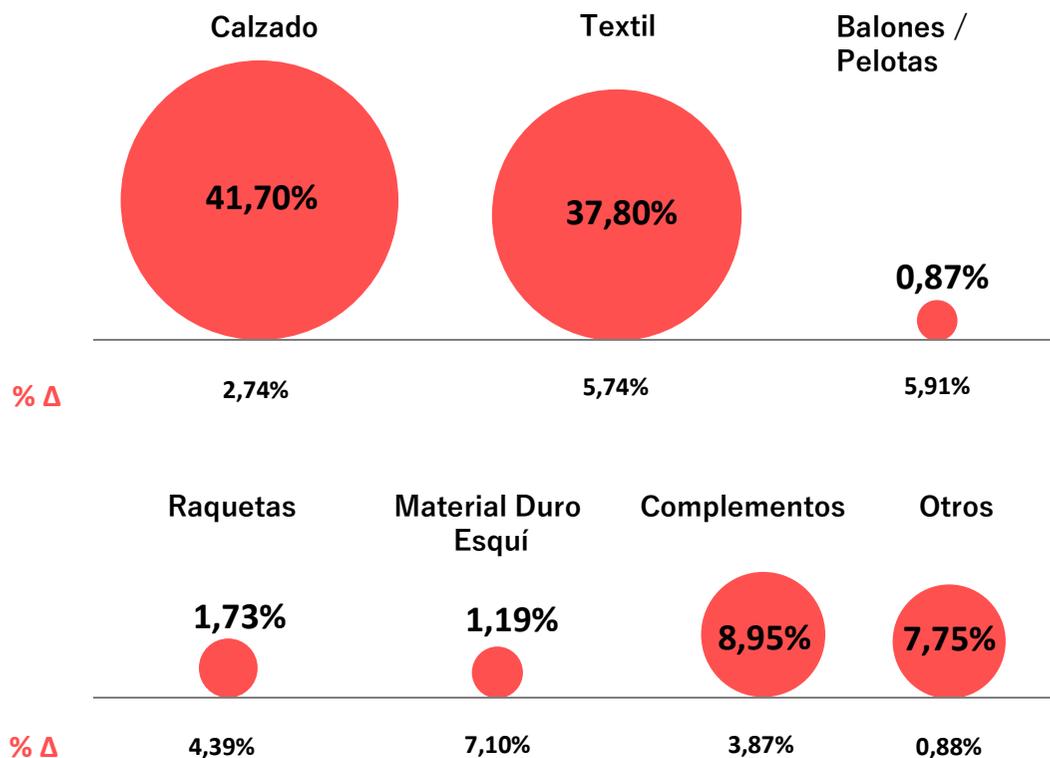
Spanish Sport  
Association

## VENTAS POR ACTIVIDADES



Tiempo Libre incluye artículos sportwear y streetwear  
 Soccer engloba los artículos de Fútbol y Fútbol Sala  
 Montañismo engloba los artículos de montañismo, alpinismo, trekking, escalada y espeleología

## VENTAS POR PRINCIPALES FAMILIAS DE PRODUCTO - % Ventas en Valor

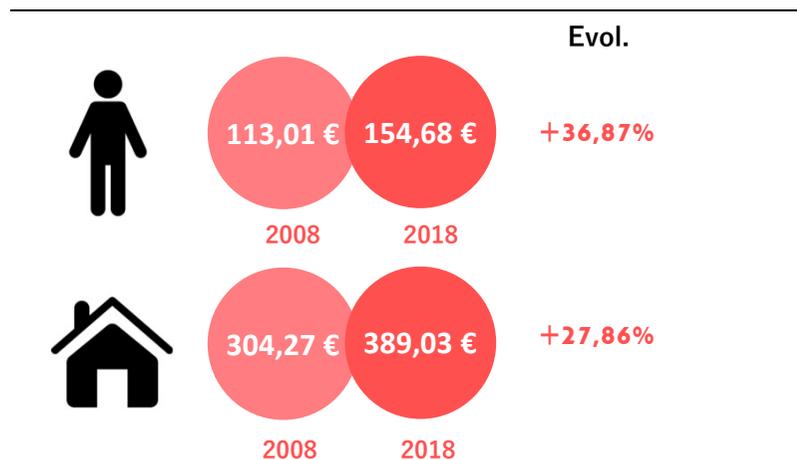


*Otros incluye material duro de las distintas actividades deportivas como Caza y Pesca, Fitness, Ciclismo, Outdoor, etc.*

*Complementos incluyen artículos como bolsas, mochilas, calcetines, gorras, gorros, etc.*

## GASTO PER CÁPITA / HOGAR

### Total Sector

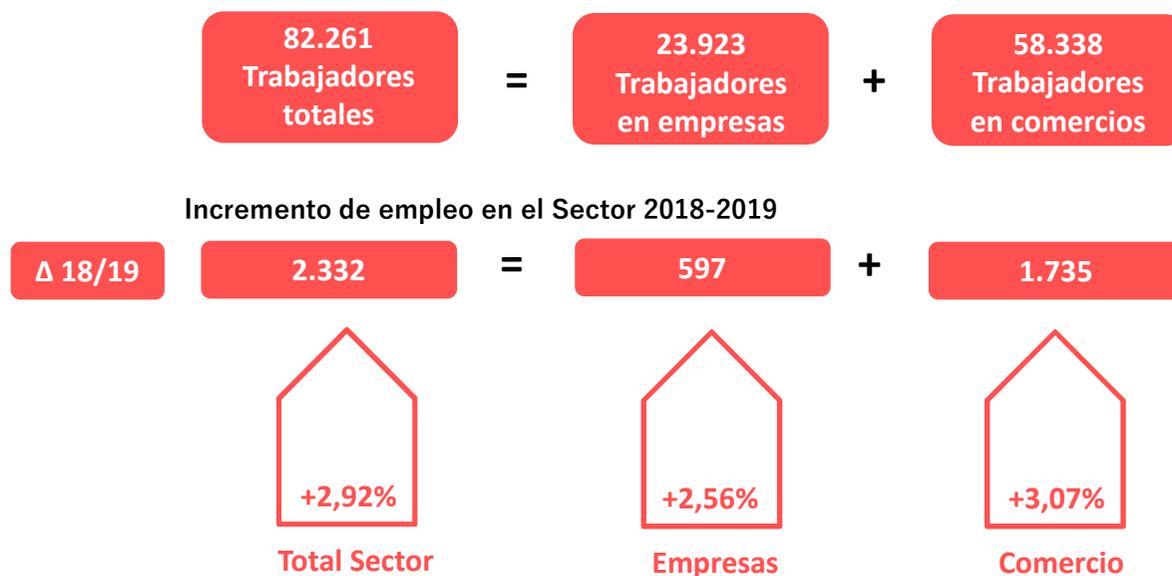


El gasto per cápita en el sector deporte es el promedio por persona de la cantidad de dinero destinada en la compra de artículos del sector deportivo

El Hogar lo constituye una persona o un grupo de 2 ó más personas que, unidas o no por relación de parentesco participan de la formación y/o utilización de un mismo presupuesto y habitan en la misma vivienda o en parte de ella.

El gasto per cápita en 2018 para el total sector asciende un 36,87% respecto a 10 años anteriores, alcanzando los 154,68 euros.  
El gasto por hogar para el total sector alcanzó un valor de 389,03 euros.

## PANORAMA LABORAL DEL SECTOR 2019



A 1 de Enero de 2019 el sector de artículos deportivos ocupaba en España a un total de 82.261 personas. De éstas, 23.923 pertenecen a trabajadores en empresas y 58.338 en comercios.

## PRINCIPALES CONCLUSIONES

### CONSUMIDOR

- La post crisis no ha incidido muy favorablemente en el consumo de artículos deportivos: mientras la práctica deportiva crecía durante la crisis, la mejoría económica ha favorecido a otros sectores del ocio que compiten directamente con la venta de material deportivo.
- Los españoles todavía gastamos muy poco en deporte, una media de 154,68 euros al año.
- Actualmente el calzado es el auténtico motor del sector de material deportivo, pero es en el textil y el hard (material duro) donde están puestas las mayores esperanzas de crecimiento a medio y largo plazo.
- Para los próximos años se espera una evolución importante del nuevo concepto *Sport Urban Life*, no sólo como tendencia, sino más allá, como un estilo de vida. Deportistas urbanos.

### LA INDUSTRIA

- Las empresas proveedoras facturaron un 3,38% más en 2018 a pesar de haber 35 empresas menos que en 2017.
- Existe una gran sobreoferta de productos y marcas en la mayoría de categorías de producto.
- El sector deportivo tiende necesariamente hacia la concentración de empresas y marcas. Los grandes grupos son y serán cada vez más grandes.
- La inevitable alza de los costes de producción en origen y el efecto de la guerra comercial iniciada por Estados Unidos ha incrementado al alza los precios, lo que está perjudicando seriamente el consumo de material deportivo en España.

## PRINCIPALES CONCLUSIONES

### COMERCIO

- En los dos últimos años se ha incrementado de forma importante la mortalidad de comercios, principalmente los pequeños comercios multideporte situados en medianas y grandes ciudades.
- Las tiendas de ciclismo han liderado de forma espectacular el crecimiento de la superficie total de las zona de ventas del sector al crearse tiendas de gran formato en detrimento de las pequeñas tiendas.
- Gran incremento de cadenas de comercios de concepto SNEAKER y tiendas de moda de concepto sport lifestyle.
- Importante descenso (-3,3%) de las ventas de Decathlon y, en general, de los productos destinados a los nuevos deportistas.

### FUTUROS ESCENARIOS

- Cambio de paradigma en las relaciones marca-comercio. Para las marcas ya no será suficiente la multicanalidad.
- A corto/medio plazo las marcas deberán estar preparadas para ofrecer servicios de omnicanalidad.
- Surge así la necesidad de diseñar estrategias 360º que ofrezcan una experiencia tan satisfactoria de cara a sus clientes que los conviertan en prescriptores de la marca.
- Para los próximos años se espera un importante evolución de la venta de las marcas atléticas con sus líneas más *Sport Urban Life* en las tiendas de lifestyle, fuera del canal atlético.
- Una de las grandes esperanzas del sector de cara a los próximos años es la incorporación de la mujer al deporte, auspiciada por los éxitos deportivos hasta ahora inéditos.

# Introducción

**AFYDAD, Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Artículos deportivos**, es una asociación profesional sin ánimo de lucro, cuyo objetivo es impulsar la competitividad de las empresas del sector del deporte. Este completo estudio muestra los datos más significativos de esta industria y pretende así, poder medir cada año cual es el comportamiento y la evolución de este mercado.

Los estudios han sido realizados por la empresa SportPanel, especializada desde 1998 en estudios de mercado del sector de artículos deportivos y tiempo libre.

## Sector

El mercado deportivo aporta el 2,4% de la riqueza nacional española. Su crecimiento es constante debido a que España es un gran referente en el sector deportivo a nivel mundial, a nivel de entidades, organización de eventos, estructuras, grandes figuras deportivas.... Un clima propicio para que el tejido empresarial que gira en torno al deporte siga desarrollando su potencial.

Miembro y Partner de:



Federation of the European  
Sporting Goods Industry



EUROPEAN  
OUTDOOR  
GROUP





**AFYDAD, Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Artículos deportivos**, es una asociación profesional sin ánimo de lucro, fundada en 1952, cuyo objetivo es impulsar la competitividad de las empresas del sector del deporte a través de una oferta de servicios especializados y representar los intereses comunes del sector tanto a nivel nacional como internacional. Está constituida por más de 100 empresas que representan a más de 350 marcas vinculadas al sector del deporte.

**Nuestro objetivo es impulsar la competitividad de las empresas del sector del deporte a través de una oferta de servicios especializados y la representación de los intereses comunes del sector, tanto a nivel nacional como internacional.**

Estudio realizado por:



Sport Panel empresa nacional especializada en la realización periódica de estudios de mercado del sector deportivo español desde 1988.

Con la Colaboración de:

**Outdoor**  
by ISPO

Outdoor by ISPO es un concepto integral, que va más allá de los días de celebración del certamen. Se trata de una plataforma presente los 365 días del año para la industria Outdoor.



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones



**Unión Europea**

Fondo Europeo  
de Desarrollo Regional  
"Una manera de hacer Europa"

AFYDAD

Ronda Maiols, 1 - Oficina 116 Edif BMC  
08192 Sant Quirze del Vallès -Barcelona-  
[www.afydad.com](http://www.afydad.com) [info@afydad.com](mailto:info@afydad.com)