

ESTADOS UNIDOS

Artículos deportivos en Estados Unidos

A. CIFRAS CLAVE

La industria de artículos deportivos en EE. UU. crecerá durante los próximos años debido a un aumento en la tasa de participación deportiva, provocado por una mayor concienciación en materia de salud del consumidor, así como un incremento de la renta per cápita media, que estimularán la demanda de artículos como: vestimenta deportiva, equipamiento técnico y calzado especializado. Resultará asimismo destacable la fuerte demanda de los adolescentes de 10 a 19 años, un grupo demográfico que impulsa las ventas de calzado y ropa deportiva.

Sin embargo, esta tendencia al crecimiento se verá afectada ligeramente al aumentar la competencia externa y las ventas *online* directas del fabricante al consumidor final, lo que perjudica al crecimiento general de las ganancias de la industria al evitarse a los distribuidores mayoristas. Se pronostica que los ingresos de la industria crecerán a una tasa anualizada del 1,9% hasta los 57.500 millones de dólares en el curso de los próximo cinco años, hasta 2023¹.

Ingresos	Crecimiento anual 2013-2018	Crecimiento anual 2018-2023
52,2 MM USD	1,7%	1,9%

Beneficios	Salarios	Comercios
1,8 MM USD	6,1 MM USD	40.122

¹ Rachel Hyland, octubre de 2018, "Sporting Goods Stores in the US", *IBISWorld Industry Report 45111*, pág. 4.

INGRESOS FRENTE A EMPLEO

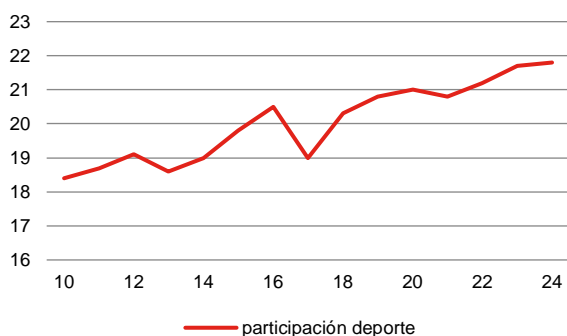
Porcentaje de cambio en el crecimiento anual



Fuente: Rachel Hyland, octubre de 2018, "Sporting Goods Stores in the US", *IBISWorld Industry Report 45111*, pág. 4.

PARTICIPACIÓN DEPORTIVA

Volumen porcentual de participación deportiva



Fuente: Victor Adeleke, diciembre de 2018, "Sporting Goods Wholesaling in the US", *IBISWorld Industry Report 42391*, pág. 5.

B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

B.1. Definición precisa de los productos que conforman el sector

La industria de artículos deportivos abarca todos los productos usados para la práctica de deporte y para la realización de actividades de ocio y tiempo libre.

- Equipamiento deportivo: representa el 43,2% de la cuota de mercado. Las categorías principales de equipamiento están asociadas con las siguientes actividades físicas: ejercicio, golf, deportes de equipo y acampada. La demanda de los consumidores para estas cinco categorías impulsará el crecimiento de este segmento de productos en los próximos años.
- Vestimenta deportiva: este segmento supone el 19,5% de la industria e incluye chándales; sudaderas, pantalones y camisetas de manga corta. La sección femenina ha aumentado notablemente debido a la mayor participación de la mujer en el deporte. Además, cada vez más gente utiliza ropa deportiva como vestimenta diaria.
- Calzado deportivo: tiene una cuota de mercado del 10,8% y comprende zapatillas, botas, sandalias y cualquier otro tipo de calzado utilizado para practicar un deporte específico. Este segmento se ha visto reforzado por el uso de zapatillas deportivas como calzado de uso diario.
- Armas de fuego, equipamiento de caza y pesca: representan una cuota de mercado del 18,3% aunque recientes eventos y controversias políticas han provocado que distribuidores de este sector de la industria decidan comercializar estos productos en tiendas más especializadas.



ARTÍCULOS DEPORTIVOS EN ESTADOS UNIDOS

- Además de los productos principales descritos, los operadores también venden una variedad de accesorios, muebles para el hogar y exteriores, ferretería, diversos combustibles y componentes para vehículos con motor, trofeos y placas, y una variedad de otras mercancías, que representan el 8,2% de los ingresos.

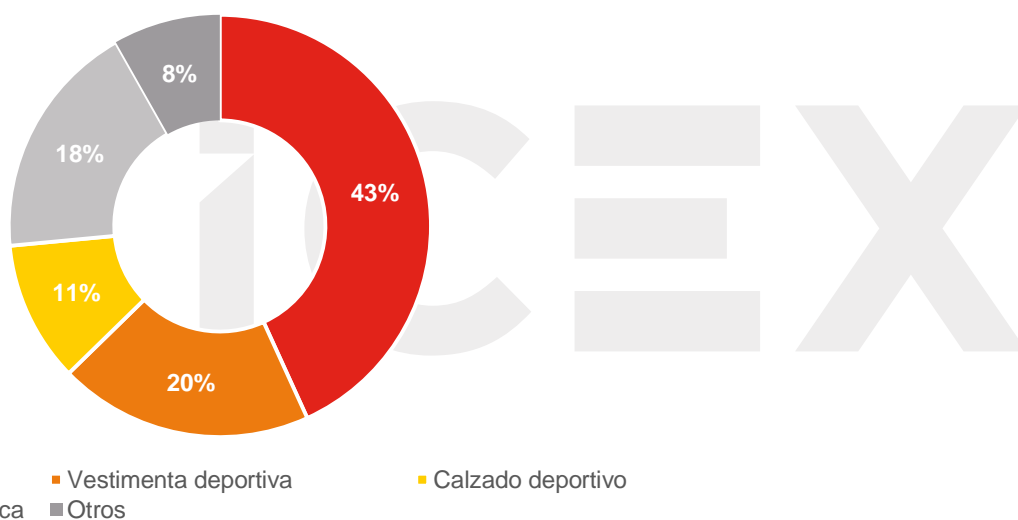
Dada la variedad y amplitud de artículos que pueden considerarse “deportivos”, para saber cuál es el código arancelario de cada producto se utiliza la página web *Harmonized Tariff Schedule*: <https://hts.usitc.gov/>

B.2. Tamaño del mercado

La industria de artículos deportivos ingresó 52.200 millones de dólares en 2018, generando un beneficio neto de 1.800 millones de dólares, lo que representa un crecimiento anual del 1,7% desde 2013. Adicionalmente, se prevé que esta tendencia de crecimiento se mantenga los próximos años hasta 2023, a una tasa del 1,9% anual. Esta industria genera 6.100 millones de dólares en salarios a profesionales y en 2018 se contabilizan 40.122 empresas vinculadas al sector de los artículos deportivos.

CUOTA DE MERCADO

Porcentaje de cada sector de la industria de los artículos deportivos



Fuente: Rachel Hyland, octubre de 2018, “Sporting Goods Stores in the US”, *IBISWorld Industry Report 45111*, pág. 16.

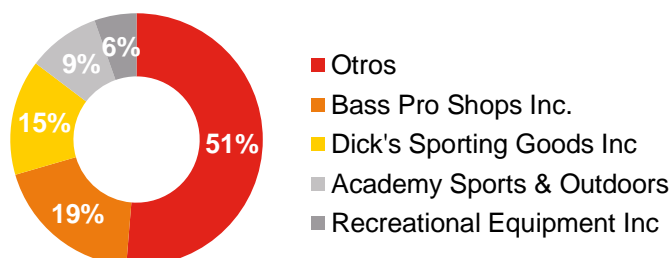
B.3. Principales actores

Los principales actores de la industria de artículos deportivos son las compañías que distribuyen los productos, así como las asociaciones de ámbito nacional.

Por lo que se refiere al sector privado, cuatro **empresas** copan el 59,7% de la cuota del mercado, como se puede observar en el siguiente gráfico:

PRINCIPALES ACTORES DE LA INDUSTRIA DE ARTÍCULOS DEPORTIVOS

Por cuota de mercado del sector privado



Fuente: Rachel Hyland, octubre de 2018, "Sporting Goods Stores in the US", *IBISWorld Industry Report 45111*, pág. 16.

Por lo que hace a las **asociaciones** que aúnan esfuerzos para organizar el sector del deporte, destacan las siguientes:

- American Sports and Fitness Association <https://www.americansportandfitness.com/>
- The National Sporting Goods Association <https://www.nsga.org>
- American Association for Physical Activity and Recreation <http://www.aapar.org/>
- Sports & Fitness Industry Association <https://www.sfia.org/>
- National Association of Sports Commissions <https://www.sportscommissions.org>

C. LA OFERTA ESPAÑOLA

La industria deportiva española mantuvo su crecimiento en 2017 y las exportaciones vinculadas al deporte marcaron máximos, con un importe de 1.200 millones de euros. Según el *Anuario de estadísticas deportivas* que elabora cada año el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte², la industria deportiva daba empleo en nuestro país a unas 203.300 personas al finalizar 2017, lo que supuso un 4,6% más que el año anterior. En cuanto al tamaño de la industria, en 2017 había 34.203 empresas con el deporte como actividad económica principal.

Las empresas españolas de la industria deportiva aumentaron el valor de sus exportaciones en un 27%, ya que pasaron de exportar por valor de 802,5 millones de euros en 2016 a los 1.024,5 millones alcanzados en 2017, lo que supuso el 0,4% del total de las exportaciones del país.

Los artículos de equipamiento deportivo generaron 565 millones de euros en exportaciones (con el equipamiento de gimnasia, atletismo y bicicletas a la cabeza) y la ropa y calzado permitieron vender 237 millones más, mientras que otros 221 millones fueron por exportaciones de yates y barcos de recreo. No obstante, el balance exterior de la industria del deporte española sigue siendo negativo, ya que se importaron bienes por valor de 1.900 millones de euros, un 11,6% más que el año anterior y el 0,7% del total de las importaciones españolas.

Los artículos deportivos españoles se exportaron en 2017 fundamentalmente a la Unión Europea (69,3%), mientras que la importación está más repartida entre los socios europeos (51,7%) y otros países, entre los que destaca China (27,8%).

² *Anuario de estadísticas deportivas 2018*, elaborado por la Subdirección General de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

El mercado de artículos deportivos de Estados Unidos presenta las siguientes oportunidades para las empresas españolas:

- **Mercado online:** la creciente aceptación de las compras a través de dispositivos electrónicos está incrementando el número de comercios que disponen de opción de compra *online*. Sin embargo, si bien se puede utilizar la página web como medio para gestionar y recibir pedidos, se recomienda combinar la oferta *online* con la presencia de tiendas físicas o *showrooms*, donde el cliente puede tener una experiencia física del producto, lo que reduce el número de devoluciones y reembolsos.
- **Añadir valor al producto a través de la experiencia de compra:** las marcas líderes del sector ofrecen sesiones de entrenamiento y de asesoramiento en sus tiendas para fidelizar a sus compradores, así como opciones para personalizar los productos. Se recomienda a las empresas españolas que quieran trabajar en Estados Unidos ofrecer cualquier tipo de servicio extra del que puedan disponer para diferenciarse de la oferta local.
- **Crecimiento de las cadenas de gimnasios y de los centros públicos de deporte:** la salud y la buena forma física se han convertido en una de las prioridades de los estadounidenses: el 35,9% de la población hace ejercicio al menos tres días a la semana durante al menos 20 minutos³. En 2018, más de 55 millones de personas eran miembros de uno de los 36.000 clubes de salud en Estados Unidos⁴.

E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

E.1. Distribución

La industria de artículos deportivos se concentra en las regiones del sudeste y el oeste de Estados Unidos, que en conjunto suman más del 49,0% del total de establecimientos de la industria⁵. La población, el clima y el acceso al transporte son factores determinantes de la segmentación geográfica de la industria.

Los grandes distribuidores de artículos deportivos en el sudeste (23,5% de los establecimientos) se concentran en Florida; el clima cálido del estado lo hace ideal para actividades deportivas y recreativas. Del mismo modo, la región oeste (26,2%) también ofrece un clima cálido y soleado, propicio para actividades deportivas y recreativas. California, el estado más concentrado del país en términos de establecimientos industriales, representa el 19,0% del total. Además, California cuenta con algunos de los puertos marítimos más grandes del país, ofreciendo a los distribuidores la capacidad de exportar y recibir importaciones como, por ejemplo, de China y Taiwán. Debido a su elevada población y clima cálido propicio para la actividad al aire libre, Texas también es un estado destacado, representando el 6,5% de los establecimientos de la industria.

Nueva York es uno de los puertos marítimos más grandes de EE. UU., ofreciendo a los distribuidores con sede en esta región acceso al comercio internacional. Los distribuidores en la región de Nueva Inglaterra, que agrupa el 4,6% de los establecimientos de la industria, también se benefician de estar cerca de los puertos marítimos de Nueva York. Las tiendas ubicadas en las montañas Rocosas (6,0%) generaron la mayoría de sus ventas de esquí, *snowboard*, equipo de acampada y demás actividades al aire libre, las más populares en esta región.

E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

La industria de artículos deportivos se caracteriza por tener barreras de entrada moderadas⁶. En los últimos cinco años, el entorno comercial para los operadores se ha vuelto intensamente competitivo debido a la afluencia de mercancías fabricadas en Asia. Los distribuidores mayoristas que no almacenan mercancías de bajo costo

³ Physical Activity Council, *2019 Physical Activity Council's Overview Report on US Participation. The Physical Activity Council's Annual Study Tracking Sports, Fitness, and Recreation Participation in the US*, pág. 6. <http://www.physicalactivitycouncil.com/pdfs/current.pdf>

⁴ Web consultada en abril de 2019: <https://www.statista.com/statistics/236123/us-fitness-center--health-club-memberships/>

⁵ Rachel Hyland, octubre de 2018, "Sporting Goods Stores in the US", *IBISWorld Industry Report 45111*, pág. 21.

⁶ Victor Adeleke, diciembre de 2018, "Sporting Goods Wholesaling in the US", *IBISWorld Industry Report 42391*, pág. 23.

fabricadas en Asia se han diferenciado por la calidad y la gama de productos. Por otra parte, los mayoristas que han optado por almacenar productos fabricados en los mercados globales, especialmente de China, han competido con el precio.

Los nuevos participantes de la industria deben gastar capital en establecer y mantener controles de inventario informatizados, maquinaria para mover existencias, así como invertir en almacenamiento y transporte. Los actores establecidos tienen sistemas integrados de suministro y distribución con fabricantes y minoristas⁷. La presencia de redes de distribución entre operadores y proveedores supone una barrera de entrada para los nuevos participantes. Para competir con los operadores predominantes, un nuevo participante requeriría relaciones sólidas con los fabricantes en ascenso y los minoristas intermedios. Esto puede implicar la adquisición de costosos acuerdos de licencia y el descuento de acciones para obtener participación de mercado.

El nivel de diferenciación del producto entre los actores de la industria es variado. La mayoría de los operadores de la industria, que atienden a un nicho de mercado de minoristas de artículos deportivos, venden al por mayor una línea especializada de artículos deportivos. Al especializarse en una línea de productos, los operadores pueden proporcionar a los minoristas una amplia gama de productos dentro de una categoría y crear una ventaja competitiva. El desarrollo de relaciones para suministrar dicha línea de productos requiere inversiones en capital, trabajo y tiempo, creando barreras adicionales para el ingreso.

E.3. Ferias

- DEMA Exhibition for scuba diving and watersports: www.demashow.com
- Cleveland Outdoor Adventure Show. Trade fair for fishing, hunting and camping: <https://eriepromotions.com/erie-sport-show/>
- International Sportsmen's Expositions. Sports Show for outdoor activities: www.sportsexpos.com
- Pacific Northwest Sportsmen's Show. Outdoor Show: www.thesportshows.com
- Kansas City Boat & Sportshow. Sports Show for outdoor activities: www.kansascitysportshow.com
- ATA Trade Show. Exhibition for archery and bow hunting: www.archerytrade.org
- Sportsman's Show. Sports Show for outdoor activities: www.sportsexpos.com
- Boston RV & Camping Expo. Camping Exhibition: www.bostonrvexpo.com

F. INFORMACIÓN ADICIONAL

Las principales webs de referencia del sector en Estados Unidos son las siguientes:

- Global Sports Development <http://globalsportsdevelopment.org/>
- The Physical Activity Council <http://www.physicalactivitycouncil.com/>
- Global Community of Health and Fitness Professionals <https://www.ihrsa.org/>

Las fuentes de información utilizadas para realizar la ficha sectorial son las siguientes:

- Cámara de Comercio de España, sección de aduanas: <http://aduanas.camaras.org>
- U.S. Customs and Border Protection: <https://www.cbp.gov/trade/basic-import-export/importer-exporter-tips>
- ICEX España Exportación e Inversión : <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/portada/index.html?idPais=US>
- Estadísticas sobre el sector del deporte y la salud: <https://www.statista.com/statistics/236123/us-fitness-center--health-club-memberships/>
- Guía para importadores en EE. UU.: www.cbp.com

⁷ Ana Sendra, *El mercado de artículos deportivos en Estados Unidos*, ICEX, octubre de 2016, pág. 35. <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/el-mercado/estudios-informes/DOC2017687411.html?idPais=US>

G. CONTACTO

La Oficina Económica y Comercial de España en Los Ángeles está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en Estados Unidos.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Estados Unidos, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

1900 Avenue of the Stars, Suite 2430
Century City
Los Angeles 90067 – Estados Unidos
Teléfono: +34 91 732 36 93
Email: losangeles@comercio.mineco.es

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

INFORMACIÓN LEGAL: Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTOR
Raúl Villaplana Barrachina

Oficina Económica y Comercial
de España en Los Ángeles
losangeles@comercio.mineco.es
Fecha: 16/05/2019

NIPO: 114-19-040-2

www.icex.es

