

by *Administrador*

El NPD Group, Inc, proveedor líder de información sobre el mercado minorista y del consumidor, ha anunciado la finalización de su segundo estudio sobre mercado mundial del sector deportivo. Para 2006, el consumo mundial de artículos deportivos EE.UU. totalizaron 256 millones de dólares. Se trata de un aumento del 4% en 2005.

El mercado mundial del sector deportivo, según el informe de NPD, incluye cuatro grandes segmentos: vestuario (específico del deporte y prendas de vestir inspiradas en el deporte), calzado (específico del deporte y calzado de líneas deportivas), equipamiento y bicicletas.

El mayor y más rápido crecimiento corresponde al segmento de mercado de prendas de vestir deportivas. Ropa supone el 44% (\$ 113 millones) del mercado mundial del sector deportivo. La venta de ropa aumentó un 6% durante el año pasado. Impulsado por la creciente tendencia del activewear (ropa activa) como moda, el mercado deportivo de EE.UU. encabeza este aumento con un crecimiento del 8%. Las ventas de equipamiento deportivo aumentaron un 5% en Asia y 3% en Europa. "La ropa continuará mostrando las mayores tasas de crecimiento en el mercado del sector deportivo", dijo Renaud Vaschalde, analista de la industria de NPD Group, Inc, y añadió: "Esto se debe principalmente a la evolución de los estilos de vida en todo el mundo. La tendencia muestra un mayor número de personas están dispuestas a usar la ropa activa o la ropa de estilo deportivo. Estos estilos son más aceptados que la moda casual, no sólo porque está de moda sino también porque es más práctico."

Las ventas mundiales de calzado deportivo aumentaron un 3%. Los mercados más importantes de este crecimiento han sido, EE.UU. (un 3%) y Europa (un 1%) que han contribuido de forma decisiva a este aumento de las ventas. "Veo una tendencia en el desarrollo de industria del calzado que es similar a lo que estamos viendo en la ropa deportiva... los europeos y los asiáticos comenzarán a usar cada vez más el calzado deportivo como parte de su vestimenta diaria y ayudarán a impulsar el crecimiento de este segmento", señaló Vaschalde.

En general las ventas al por menor de equipamiento deportivo aumentaron en un 4%, y las bicicletas se mantuvieron estables con una tasa de crecimiento del 1%.

Hoy en día, la mayor parte de las ventas mundiales del sector deportivo están concentrados en un grupo relativamente pequeño de países. Los informes de NPD muestran que la zona de mayores ventas de artículos deportivos se concentran en nueve países, que sólo representan el 32% de la población mundial, pero que suponen el 75% de las ventas en el mercado mundial del sector deportivo.

Aunque China ha confirmado un impresionante crecimiento con un aumento del 13% en ventas de artículos deportivos en el año 2006, el mercado está todavía poco desarrollado. El gasto de China supone casi 7 mil millones de dólares y tiene una población de 1,3 millones de personas. Esto supone un promedio de unos 5 dólares de gasto por habitante y año. En los EE.UU. ese mismo porcentaje es de 338 dólares por persona. China sigue siendo un mercado más pequeño que España, durante el año 2006.

Al resumir los resultados del análisis, Vaschalde comenta, "Nosotros vemos oportunidades de crecimiento en dos sectores diferentes del mercado del sector deportivo. La primera es en las actividades outdoor. A nivel mundial, estamos viendo un aumento en el interés por el medio ambiente que, junto con aquellos consumidores que históricamente han demostrado interés por la naturaleza podrían ofrecer importantes oportunidades de crecimiento. El segundo mercado importante que no se debe perder de vista es China. Una vez que los comerciantes consigan atraer a los consumidores chinos, sólo el volumen de posibles consumidores supone una enorme oportunidad."

Fuente: NPD Group, Inc.