



Estudio original: "**Poland Sporting**",
Internacional Business Strategies, febrero de 2004
Traducido por: Oficina Económica y Comercial
de la embajada de España en Varsovia

Artículos deportivos

RESUMEN

En 1999 el mercado polaco de artículos deportivos comenzó a disminuir después de 10 años de crecimiento continuado. La ralentización económica y el descenso de la capacidad adquisitiva contribuyeron a que se ralentizaran las importaciones de artículos deportivos. En 2001, el gasto de las familias en artículos deportivos representaba sólo el 7,6% del total de gastos. Las estadísticas de 2002 muestran el nivel más bajo de importaciones, exportaciones y producción de artículos deportivos desde 1995. Sin embargo, la información de 2003 indica que el mercado está experimentando un cambio, las importaciones han aumentado un 36%, las exportaciones un 37,5% y la producción un 14,2%.

La mayor parte de los artículos deportivos de producción nacional se destinan a la exportación, y no suministran el mercado local (en 2003, de los 240 millones de dólares de producción, se exportaron 220). Los productos importados suponen la base del suministro del mercado polaco. En 2002, las importaciones representaron un 72% del total del mercado, mientras que en 2003 las estadísticas muestran un incremento de la esta cuota hasta el 90%.



ASPECTOS DESTACADOS Y PERSPECTIVAS

Perfil del mercado

El valor total del mercado de artículos deportivos en Polonia alcanzó los 200 millones de dólares en 2003, lo que supuso un incremento del 9.9% sobre el año anterior. Las importaciones crecieron un 36%, las exportaciones crecieron un 37,5% y la producción creció un 14,2%. El valor de la producción total excede el de las importaciones pero la mayor parte de los productos polacos no se venden en Polonia. El 91% de la producción polaca en 2003 se exportó, lo que significa que el 90% del mercado nacional fue cubierto por las importaciones. Hay 3 razones para que se produzca esta situación:

- las grandes exportaciones de ropa deportiva polaca, equipos para exteriores (velas, tiendas de campaña) y bicicletas que tienen una gran reputación en los mercados extranjeros
- la variedad limitada de artículos deportivos avanzados que se producen en Polonia, lo que genera importaciones complementarias
- el bajo precio de los artículos deportivos importados de China, lo que los convierte en productos más atractivos que los productos nacionales

El mercado de artículos deportivos se divide en dos segmentos principales: el mercado de marca y el mercado de artículos deportivos en general. Durante los últimos años la demanda ha comenzado a moverse hacia artículos más caros y de mayor calidad. La demanda creó un mercado para almacenes de artículos deportivos especiales, con empleados bien formados en técnicas de venta. Los equipos más baratos se venden a través de cadenas de supermercados.

Las marcas conocidas de artículos deportivos de América y Europa Occidental como Adidas, Nike, Reebok, Puma y muchas otras han establecido redes de distribución y venta. La competencia entre los competidores actuales es muy alta. Esta competencia unida al descenso de la demanda de artículos deportivos durante los últimos años ha provocado que algunas empresas se retiren del mercado polaco.



Los artículos deportivos americanos gozan de popularidad y de una excelente reputación en el mercado polaco. Las marcas americanas tienen muy buena imagen, especialmente entre los jóvenes. Las grandes empresas americanas de artículos deportivos están presentes en Polonia y compiten de forma agresiva por el liderazgo del mercado.

Datos estadísticos

	2001	2002	2003	Crec. medio est.
Importaciones	137	132	180*	10%
Producción	190*	210*	240*	5%
Exportaciones	148	160	220*	10%
Tamaño de mercado	179	182	200*	5%

* Estimado

Fuente: Boss, 2004

Los datos de 2003 están estimados con la información disponible en el GUS al finalizar el primer trimestre de este año. Los datos de producción están estimados en los datos parciales disponibles. El tipo de cambio aplicado fue de 4,1 PLN/ 1 USD en 2001 y 2002 y de 3,8 PLN/ 1 USD en 2003.

Para realizar estas estadísticas se han basado en los siguientes códigos del Sistema Harmonizado (HS):

HS	DESCRIPCION
6112	PRENDAS DE DEPORTE (DE ENTRENAMIENTO), MONOS Y CONJUNTOS DE ESQUI, Y TRAJES Y PANTALONES DE BAÑO, DE PUNTO
6211	PRENDAS DE VESTIR PARA DEPORTE (DE ENTRENAMIENTO), MONOS Y CONJUNTOS DE ESQUI Y TRAJES Y PANTALONES DE BAÑO; LAS DEMAS PRENDAS DE VESTIR
6306	TOLDOS DE CUALQUIER CLASE; TIENDAS (CARPAS), VELAS PARA EMBARCACIONES, DESLIZADORES O VEHICULOS TERRESTRES; ARTICULOS DE ACAMPAR
640312	CALZADO DE ESQUI Y CALZADO PARA LA PRACTICA DEL SNOWBOARD
640319	OTRO CALZADO DEPORTIVO EXCEPTO EL DE ESQUI
640411	CALZADO DE DEPORTE, CALZADO DE TENIS, BALONCESTO, GIMNASIA, ENTRENAMIENTO Y CALZADOS SIMILARES
8712	BICICLETAS Y DEMAS CICLOS (INCLUIDOS LOS TRICICLOS DE REPARTO), SIN MOTOR
9506	ARTICULOS Y MATERIAL PARA CULTURA FISICA, GIMNASIA, ATLETISMO, DEMAS DEPORTES, INCLUIDO EL TENIS DE MESA, O PARA JUEGOS AL AIRE LIBRE, NO EXPRESADOS NI COMPRENDIDOS EN OTRA PARTE DE ESTE CAPITULO; PISCINAS, INCLUSO INFANTILES
9507	ARTICULOS PARA LA PESCA

Fuente: Boss 2004



Mejores perspectivas de venta

Se esperan las mejores perspectivas de venta durante los próximos 3 años para los siguientes productos:

- HS 8712 bicicletas de montaña y todo terreno
- HS 640319, HS 640411 calzado deportivo
- HS 6112, HS 6211 prendas deportivas
- HS 9507 artículos de pesca
- HS 950691 equipo para ejercicio y gimnasio

SITUACIÓN COMPETITIVA

Producción nacional

El valor de la producción nacional anual se estima en 240 millones de dólares, y consta principalmente de los siguientes productos: ropa deportiva, bicicletas, equipamiento para exteriores/ camping (tiendas, colchones, velas), equipos de pesca y equipos para gimnasios. Todos los productos deportivos restantes comprenden alrededor de un 25% de la producción nacional. La gran mayoría de los productos polacos se destinan a la exportación en vez de a suministrar el mercado nacional. El 90% de la producción polaca de productos deportivos en 2003 fue exportada. Las elevadas exportaciones de Polonia a los países de Europa Occidental demuestran que los productores polacos de ropa deportiva, bicicletas, equipamiento para camping/ exteriores y equipamientos para gimnasio son competitivos a nivel internacional.

En 2003, los productos que lideraron las exportaciones polacas fueron: bicicletas (78 millones de dólares), ropa deportiva (66 millones de dólares) y equipamiento para camping/ exteriores (44 millones de dólares). Las bicicletas se exportan en general a países de la Unión Europea (Alemania, Francia, Holanda), Suiza y Ucrania. Hay un número significativo de productores de ropa deportiva de calidad en Polonia. A pesar de



las ventas en el mercado local, también exportan a países desarrollados, incluyendo Alemania, Dinamarca, Italia, Suecia, Suiza y otros. Otra tendencia es que algunas marcas extranjeras (Adidas) producen parte de sus colecciones internacionales en Polonia. El equipamiento de exteriores (tiendas, velas, sacos de dormir) también se venden en los mercados de la Unión Europea.

Importaciones de terceros

Las importaciones son la fuente principal de suministro para el mercado polaco de artículos deportivos. En 2002 los productos importados representaron el 72% del total del mercado, mientras que en 2003 fue el 90%. El valor de las importaciones descendió desde los 137 millones de dólares en 2001 hasta 132 millones en 2002, pero en 2003, el mercado experimentó un aumento sustancial de las importaciones, que aumentaron un 36% hasta los 180 millones de dólares. La causa principal fue el fortalecimiento de la economía polaca en general. Se espera que esta tendencia positiva continúe durante los próximos años.

Los suministradores líderes de artículos deportivos en 2003 fueron: China (40% del total), Italia (7,5%), Austria (7%), Francia (6,1%) y Taiwan (5,9%). La cuota tan impresionante de los productos chinos se debe a 2 factores: el mercado todavía lo dominan los productos baratos, y las marcas líderes de artículos deportivos tienen instalaciones de producción en China.

Las bicicletas, ropa deportiva y calzado deportivo encabezan la lista de artículos deportivos importados por Polonia. Según los datos de 2003, las bicicletas representaron el 30,5% del total de las importaciones (55 millones de dólares), la ropa deportiva el 16,4% (29,6 millones de dólares) y el calzado deportivo el 9,1% (16,4 millones de dólares). A estos tres productos les siguen los productos de pesca (15 millones de dólares), artículos para ejercicio y gimnasio (13 millones de dólares), artículos para deportes de invierno (11 millones de dólares) y artículos para exteriores/ camping (10 millones de dólares).



Sobre un 80% de las importaciones de bicicletas proceden de China y Taiwan. El resto proceden de países de la Unión Europea y de los EEUU. El mercado de bicicletas es uno de los mercados más desarrollados en Polonia. El 80% de las bicicletas que se venden en Polonia son bicicletas de montaña y de ruta. Las siguientes marcas extranjeras están disponibles en Polonia: BMW, Diamond Back, Everest, Fort, Ganna, Gary Fisher, Gary Klein, Giant, Girardengo, Joko, Kands, Mágnum, Peugeot, Scorpio, Superior, Trek, Wheeler y muchas otras.

Las importaciones de ropa y calzado deportivo las dominan las empresas situadas en China. Incluyen tanto las importaciones de productos Chinos baratos como productos de empresas de marca. Todas las grandes empresas de ropa y calzado deportivo tienen instalaciones de producción en China y también en otros países asiáticos (Pakistan, Tailandia, Taiwan). El mercado de calzado y ropa deportiva de marca es muy competitivo. La mayoría de las marcas Europeas y Americanas bien conocidas venden en Polonia. Estas incluyen, entre otras, Nike, Reebok, Adidas, Puma, Converse, Asics, Head, Fila y Air Walk.

La pesca es muy popular en Polonia y los artículos de pesca han sido tradicionalmente de los más importados en Polonia. En 2003 las importaciones de estos artículos procedieron de China, Korea, Alemania y Austria.

Los gimnasios y centros deportivos se han vuelto muy populares en Polonia durante los últimos años. La mayoría de los artículos para hacer ejercicio se importan de Taiwan. Sin embargo, marcas conocidas a nivel mundial como Ketler (Alemania) y Cork (Canadá), tienen distribuidores en Polonia. Esquí, tablas de snowboard, fijaciones y accesorios se importan principalmente de Austria, Alemania, Italia y Francia. En Polonia hay una fuerte representación de empresas de equipamiento para deportes de invierno. El esquí es uno de los deportes más populares del país. Aunque la infraestructura de los deportes de invierno no está muy extendida en Polonia. Los polacos son los mayores visitantes de Europa Central y del Este a las estaciones de esquí de Austria e Italia. Todas las grandes empresas de artículos de esquí de Europa Occidental, como Rossignol, Atomic, Dynaster, Marker, Lange, Look, Gipron y muchas otras están presentes en Polonia.



Posición de mercado de EEUU

Debe destacarse que las estadísticas de importación no reflejan la cuota de mercado real de los artículos deportivos de EEUU en Polonia. La gran mayoría de ropa y calzado deportivo americanos que se venden en Polonia proceden de fábricas americanas situadas en países asiáticos y europeos.

Hay muchas empresas americanas conocidas que venden en el mercado polaco a través de distribuidores locales (O'Neill, Columbia Sportwear Company), de calzado (Aasics, Converse), artículos de natación (Speedo), artículos para snowboard (Burton), bicicletas (Trek, Bary Fisher, Univega), y otras. Las marcas líderes, como Reebok y Nike, han abierto oficinas en Polonia, han montado sus redes de distribución y establecido una red nacional de tiendas minoristas. Nike tiene el 30% del mercado de artículos deportivos de marca en Polonia, seguido de Adidas, Reebok y Puma. Atomic Entertainment, una empresa con capital americano, ha establecido boleras en varios sitios a lo largo de Polonia (el equipo de las boleras lo suministra AMF Bowling).

Aspectos competitivos

Hay una gran competencia entre las empresas que suministran el mercado polaco de artículos deportivos y estas empresas trabajan constantemente para aumentar su cuota de mercado. El factor clave para vender artículos deportivos en Polonia es el precio, sin embargo, durante los últimos tres años el mercado ha experimentado un descenso de la demanda de artículos deportivos baratos de baja calidad en favor de productos más caros y de mayor calidad. El mercado polaco de artículos deportivos se está moviendo hacia productos más caros y de mayor calidad. Esto crea un mercado para tiendas de artículos deportivos especializados con personal bien formado en técnicas de venta. Los artículos más baratos se venden a través de cadenas de supermercados.

La publicidad y promoción, el gran reconocimiento local y las opiniones de empresas y marcas particulares son también muy importantes. Hay buenas perspectivas



para los productos deportivos americanos en Polonia, dado que tienen una buena reputación de calidad. Las empresas americanas interesadas en establecer lazos comerciales en Polonia deberían aprovecharse de esto. Las empresas americanas deberían estar presentes en Polonia de forma directa, como ya lo están Reebok y Nike, o tener un agente o distribuidor para representar sus productos en el mercado. Las empresas con representantes en Polonia son capaces de adaptarse mejor a los cambios en el mercado.

ANÁLISIS DEL USUARIO FINAL

El mercado de artículos deportivos en Polonia es función de 3 factores

1. el interés de los polacos en actividades deportivas
2. la cantidad de ingresos disponibles
3. la infraestructura deportiva

El interés polaco en actividades deportivas y de ocio es todavía bajo en comparación a los estándares de Europa Occidental, pero está creciendo. La vida sana gana más entusiastas cada año, y los polacos están cada vez más concienciados sobre el hecho de que la vida sedentaria es una de las principales causas para un alto porcentaje de muertes prematuras en el país.

En la actualidad, la media de ingresos disponibles en Polonia es baja. Los polacos gastan más de un 30% de sus ingresos en comida y un 7.6% en deporte y actividades culturales. Sin embargo, se está desarrollando una clase media en Polonia. Este grupo de personas jóvenes y de mediana edad con un buen nivel económico está muy interesados en mantener un estilo de vida sano. Las fuentes del sector indican que el número de centros deportivos y gimnasios en grandes ciudades está aumentando cada año. Los deportes más populares en Polonia son el fútbol, la pesca, las artes marciales (judo, Karate), el esquí, atletismo, montar en bicicleta e ir al gimnasio.

Polonia tiene más de 38 millones de personas, con 8 millones entre la edad de 15 y 29 años, lo que supone el mercado objetivo más prometedor para artículos deportivos.



Más de 2 millones de personas (6% de la población) pertenecen a varias organizaciones deportivas, asociaciones y clubes de deportes. Los atletas que entrenan para competiciones nacionales e internacionales pertenecen a asociaciones deportivas nacionales. Hay más de 50 asociaciones deportivas de este tipo, clasificadas por tipo de deporte, también hay alrededor de 3000 clubes deportivos con 450.000 miembros (incluyendo 30.000 competiciones). De estos miembros, el 36% juegan a fútbol, el 7,2% hacen artes marciales, el 6,5% atletismo, el 5,1% voleibol y el 4,8% baloncesto.

Durante los años 1995-2000, Polonia fue testigo de un incremento en la construcción de instalaciones deportivas. En 1998 se construyeron 450 nuevas instalaciones, mientras que en 1995 sólo 70. Estas incluyen piscinas, complejos deportivos y campos. El número de pistas de tenis se ha triplicado, y el número de piscinas cubiertas y al aire libre se ha duplicado durante este periodo. Muchos clubes deportivos privados y centros de salud (de fitness, de ejercicio y de aerobio) han aparecido a lo largo de todo el país.

Sin embargo, el número de instalaciones todavía está muy por debajo de la demanda actual. Llevará otros 15-18 años alcanzar el estándar europeo en número de instalaciones por habitante.

ACCESO AL MERCADO

Clima de importaciones

Polonia se unió a la Unión Europea el 1 de enero de 2004, y desde esa fecha, los aranceles a los productos americanos se corresponden a los niveles de la UE (12% para ropa deportiva y equipo para exteriores, 8% para calzado deportivo, 15% para bicicletas y 0% para otros productos deportivos; lo que supone un descenso ya que con anterioridad a su entrada en la UE el arancel era de un 18%, 12%, 15% y 12% respectivamente. Los productos procedentes de la UE, Rumanía, Bulgaria, Israel, Turquía y PVD tienen una tasa del 0%.



Dependiendo del producto, se aplica un IVA del 22% o del 7%. El IVA se calcula sobre el precio CIF más el arancel. El IVA se aplica a los productos de todos los países, incluido Polonia,

Desde la entrada de Polonia en la UE, los artículos deportivos no necesitan ningún certificado para ser vendidos en Polonia.

Distribución, prácticas empresariales

El canal normal de ventas para mercancías deportivas es a través de un importador, que lo redistribuye a minoristas o mayoristas. Un método alternativo es encontrar un importador que pueda actuar simultáneamente como distribuidor. Las marcas más conocidas establecen oficinas para organizar la red de distribución con pequeñas tiendas que se dedican a su marca distribuidas por todo el país (p.ej.: Nike, Reebok, Adidas, Puma).

Los establecimientos comerciales se dividen en 3 grupos:

1. Supermercados y minoristas de gran tamaño (como Makro, Flow & Carry, Geant, otros) que tienen una variedad limitada de artículos deportivos y no dan consejos profesionales. Los precios en estas tiendas se establecen en niveles bajos en comparación con otras.
2. Tiendas de artículos deportivos, incluyendo tiendas de artículos deportivos en general con ofertas de productos para todas las estaciones y tiendas especializadas de artículos deportivos con consejos profesionales, que ajustan sus existencias a actividades deportivas específicas (tiendas de snowboard, tiendas de windsurfing, de buceo, de esquí). El mayor minorista de artículos deportivos con una red desarrollada en Polonia es Decathlon.
3. “Tiendas bandera” de marcas muy conocidas como Nike, Adidas, Reebok y Puma.



Financiación

El método recomendado para el pago de las mercancías importadas es el Crédito Documentario Irrevocable. Los bancos polacos exigen a los consumidores polacos un depósito de la cantidad total de la transacción en el banco antes de emitir el CD. Normalmente los CDs se abren por un periodo que cubra la producción y el envío y se pagan en los siete días posteriores a la recepción de la mercancía. El pago en efectivo o pago al contado proporciona una medida extra de seguridad para las exportaciones.

Cuando ambos socios cooperan de forma exitosa y ganan confianza mutua, a algunos importadores se le ofrecen términos de pago de 30 a 60 días desde la entrega.

OPORTUNIDADES DE PROMOCIÓN COMERCIAL

Ferias

Sport Recreation

2-4 marzo 2006

short@mtpolska.com.pl

<http://www.mtpolska.com.pl/index.php?dzial=targi&impreza=17>

Tel: +48 22 622 31 79-80

Publicaciones del sector

Sklep Sportowy

Editorial Unit

<http://www.unit.pl/run/tytuly/10&PL>

Tel: +48 22 3201500

Fax: +48 22 3201550