



Los especialistas siguen ganando fuerza

TS | 28

La imagen de marca y de empresa en el sector deportivo español es una de las cuestiones fundamentales que Sport Panel analiza desde 1988. Este estudio se basa en el tratamiento de la información obtenida a partir de la opinión de propietarios de comercios y de responsables de compra de los principales grupos y cadenas (el informe se realiza siguiendo el método Panel sobre una muestra estadísticamente representativa, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del +/-3,2% en variables cualitativas, incluyendo la venta a través de comercios deportivos especializados y multi-producto, cadenas y grandes almacenes). Este estudio tiene como finalidad analizar la evolución de la imagen de marca utilizando para ello el análisis en profundidad de los 30 productos considerados básicos dentro del sector deportivo. Paralelamente, se analiza la imagen comercial de las empresas proveedoras.

Los líderes en imagen comercial

La clasificación de "Imagen corporativa del año 2014" se ha efectuado a partir de las respuestas de los detallistas acerca de las relaciones comerciales de los establecimientos que regentan, en base al valor medio de una puntuación entre 0 y 10 para los siguientes temas: Red de Ventas, Puntualidad en el Servicio, Corrección de Pedidos, Servicio Post-Venta, y Relación Comercial.

En este último estudio, las cinco empresas con mejor Imagen Corporativa han sido Head Spain, Amer Sports -división Salomon-, Joma Sport, Aguirre y Cia y adidas España. Cabe destacar el fuerte avance de Head Spain, que por primera vez se sitúa como la empresa mejor valorada, y Salomon. Joma y Aguirre repiten otra vez en el Top 5 y adidas, líder en los últimos 5 años, cierra las cinco primeras posiciones.

Imagen de marca por líneas de producto

En el estudio de la imagen de marca se han escogido las marcas líderes por líneas de producto, tal y como se contempla en el primer cuadro de la derecha. La primera columna (Líder) indica la marca que en más ocasiones ha sido citada como la mejor marca, mientras que la columna (Global) hace referencia a la marca que en mayor número de ocasiones aparece entre las tres primeras posiciones.

Analizando la columna que hace referencia al Global, veremos como las líneas de calzado deportivo, están claramente dominadas por adidas (fútbol, fútbol sala y retro-clásico). Asics lidera el Ranking en running y tenis; Nike en basket, cross-training y fitness; Salomon en outdoor; Converse en lonas; Rider en sandalias/chancletas y Vans en calzado skate.

En confección, adidas encabeza la lista en textil tenis/pádel, fitness, casual/sportwear, sudaderas, chándals y réplicas. En equipaciones, este año la marca española Joma se sitúa de nuevo como líder, y en baño competición Arena vuelve a repetir en la primera posición. En cuanto al textil para deportes de invierno, The North Face y Quiksilver se sitúan primeras en esquí y snow. La marca americana, también lidera el ranking de textil outdoor. Respecto a los balones, Adidas recupera el liderato en fútbol y fútbol sala. En deportes de raqueta, Babolat continúa en el liderato en tenis y en pádel Bullpa-del alcanza el primer puesto.

Imagen de marca por líneas de producto

Líneas de Producto	Líder ¹⁾	Global ²⁾
Calzado de Tenis	ASICS	NIKE
Calzado de Basket	NIKE	NIKE
Calzado de Running	ASICS	ASICS
Calzado de Cross-Training	NIKE	ADIDAS
Calzado de Fitness / Training	NIKE	ADIDAS
Botas de Fútbol	ADIDAS	ADIDAS
Calzado de Fútbol Sala	ADIDAS	ADIDAS
Calzado de Lona / Canvas	CONVERSE	CONVERSE
Calzado de Outdoor	SALOMON	SALOMON
Calzado Surfer / Skater	VANS	VANS
Calzado Retro y Clásico	ADIDAS	ADIDAS
Sandalias / Chancletas	RIDER	QUIKSILVER
Textil Tenis / Pádel	ADIDAS	ADIDAS
Textil Fitness	ADIDAS	ADIDAS
Textil Outdoor	THE NORTH FACE	THE NORTH FACE
Textil Ski	THE NORTH FACE	THE NORTH FACE
Textil Snow	QUIKSILVER	QUIKSILVER
Textil Casual / Sportwear	ADIDAS	ADIDAS
Baño Moda	QUIKSILVER	ADIDAS
Baño Competición	ARENA	ARENA
Chándals	ADIDAS	ADIDAS
Sudaderas	ADIDAS	ADIDAS
Equipaciones	JOMA	JOMA
Réplicas	ADIDAS	ADIDAS
Balones de Fútbol	ADIDAS	ADIDAS
Balones de Fútbol sala	ADIDAS	ADIDAS
Balones de Básquet	NIKE	NIKE
Raquetas de Tenis	BABOLAT	BABOLAT
Palas de Pádel	BULL PADEL	DUNLOP
Mochilas urbanas	QUIKSILVER	ADIDAS

1) Marca más citada en primera opción

2) Marca más citada en el total de opciones

Ranking de imagen de marca 2014

Marca	Casos	Porcentaje
1º ADIDAS	55.917	20,13%
2º NIKE	44.629	16,07%
3º JOMA	13.941	5,02%
4º ASICS	10.125	3,65%
5º PUMA	8.441	3,04%

(*) Esta tabla indica el número total de respuestas obtenidas del detallista para cada marca en el conjunto de los 30 productos considerados básicos del comercio y su porcentaje respecto al total de citas. No incluye productos de esquí.

Imagen de marca

Respecto a la imagen de marca global, en función del número total de respuestas obtenidas para cada marca en el conjunto de los 30 productos básicos del comercio, la que cuenta con mayor poder de penetración es, por séptima vez consecutiva, adidas. Ello se debe principalmente a la fuerza multiproducto de la marca alemana, es decir, gracias a su posición de liderazgo en las principales líneas de calzado y textil. Como en el ranking del año anterior, Nike se sitúa muy cerca de la marca alemana, con menos de cuatro puntos de diferencia. Joma, que sigue luchando con las grandes, Asics y Puma cierran el Top 5. Quiksilver asciende una posición y se queda en el sexto puesto, seguida de Reebok, Babolat y Kelme. John Smith cierra las 10 primeras posiciones.

Imagen de marca por categorías

Si nos centramos en la imagen de marca por familias, veremos como en Calzado deportivo adidas se coloca este 2014 al frente del ranking, por delante de Nike, que le sigue muy de cerca, con una diferencia mínima de sólo 2 puntos. Asics, que sigue acortando distancias a las dos grandes multinacionales, se sitúa de nuevo tercera. Joma se consolida cuarta por delante de Reebok, que cierra un Top 5 idéntico al de hace 12 meses. En cuanto al subsector de la confección deportiva, el dominio es, también, de la alemana adidas, que se distancia de Nike. La española Joma sigue creciendo y se consolida en este ranking como tercera marca, seguida de Puma, que quita la cuarta posición a Quiksilver, que baja a la quinta posición.

Imagen de marca global en calzado 2014

Marca	Casos	Porcentaje
1º ADIDAS	25.801	20,72%
2º NIKE	23.338	18,74%
3º ASICS	8.924	7,17%
4º JOMA	5.558	4,46%
5º REEBOK	4.253	3,42%

(*) Esta tabla indica el número de respuestas obtenidas del detallista para cada marca en el conjunto de los segmentos de calzado deportivo y su porcentaje respecto al total de citas.

Imagen de marca global en textil 2014

Marca	Casos	Porcentaje
1º ADIDAS	20.588	20,74%
2º NIKE	12.940	13,03%
3º JOMA	5.967	6,01%
4º PUMA	3.682	3,71%
5º QUIKSILVER	2.989	3,01%

(*) Esta tabla indica el número de respuestas obtenidas del detallista para cada marca en el conjunto de los segmentos de confección y su porcentaje respecto al total de citas.

Marcas con mejores perspectivas

Marca	Casos	Porcentaje
1º ADIDAS	2.101	13,25%
2º NIKE	1.506	9,50%
3º ASICS	1.217	7,67%
4º NEW BALANCE	1.125	7,09%
5º JOMA	551	3,49%

(*) Esta tabla indica el número total de respuestas obtenidas del detallista para cada marca en el conjunto de los 30 productos considerados básicos del comercio y su porcentaje respecto al total de citas.

Perspectivas de crecimiento

En cuanto a las marcas con mayor perspectiva de crecimiento, adidas consigue por sexto año consecutivo situarse en primera posición. Este año Nike vuelve a recuperar la segunda plaza en detrimento de Asics, que vuelve a la tercera posición. A la marca nipona le sigue en cuarta posición New Balance, que sigue ganando posiciones después del espectacular salto del año pasado, cuando paso de la posición 25 a la 5. La española cierra el Top 5. El Top 10 lo cierran Reebok, Mizuno, Converse, Puma y The North Face.

Más información:
sportpanel@tradesport.com
 93 253 03 11