
2022



El mercado del pádel en Qatar

iCEX

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Doha

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.

icex



ESTUDIO
DE MERCADO

6 de abril de 2022
Doha

Este estudio ha sido realizado por
Adrián Barros Arcos

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Doha

<http://Qatar.oficinascomerciales.es>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-22-014-8



Desde su introducción en 2017, el deporte del pádel ha crecido rápidamente en Qatar hasta convertirse en el segundo deporte más practicado del país, sólo por detrás del fútbol. La evolución del sector en los últimos años, así como sus perspectivas de desarrollo, lo convierten en un mercado con un gran atractivo para las empresas españolas de la industria de pádel con orientación internacional.

Tras una rápida expansión, el sector se encuentra todavía en fase de crecimiento, si bien el ritmo se ha ralentizado para algunas actividades (principalmente para la construcción de nuevas pistas de pádel). Las perspectivas apuntan a que la demanda puede continuar creciendo, debido principalmente a tres factores: el rápido avance hacia la especialización y profesionalización del deporte; la consolidación del sector a través de la intervención de organismos regulatorios; y la mayor visibilidad y difusión del deporte que lo acercarán a nuevos segmentos de población. En consecuencia, este mercado genera múltiples oportunidades de negocio para las empresas extranjeras y nichos de mercado.

Durante 2020, el consumo de bienes deportivos en Qatar creció un 11 % pese al impacto de la pandemia y arrojó una cifra de negocio de 224 millones de euros, un 100 % superior al año 2016. Se estima que el número de jugadores registrados asciende a 20.000, aunque el número efectivo es superior. Las ventas de textil, bolsas, calzado y material de pádel han mantenido una tendencia creciente durante todo el período. También el número de pistas creció a un ritmo anual promedio superior al 200 %, pasando de 20 en 2017 a más de 300 en 2022. Profesionales del sector consultados para la elaboración de este estudio indican que algunas de estas actividades, que han experimentado estos ritmos de crecimiento tan elevados, se estabilizarán en el corto plazo. También señalan que comenzarán a desarrollarse la prestación de otros servicios cada vez más especializados y completos por parte de los clubes, y nuevas actividades como la oferta de cursos técnico-prácticos en el extranjero, creación de cursos de formación para jueces o la apertura de centros de alto rendimiento. España tiene una gran experiencia en esa materia, lo que le permite aportar valor en este proceso de desarrollo y consolidación del sector.

El mercado catari tiene una gran dependencia del exterior para casi todos los subsectores, ya que el tejido industrial del sector del pádel está poco desarrollado. La oferta local es incapaz de satisfacer la demanda. Así, por ejemplo, sólo una empresa catari de construcción de instalaciones deportivas se ha especializado en la construcción de materiales de pistas de pádel. Por otra parte, hay cinco empresas de fabricación de material deportivo, pero ninguna especializada en productos de pádel. De esta forma, prácticamente la totalidad de productos de pádel consumidos en Qatar proceden del exterior.

A pesar de que no se conoce qué porcentaje de productos deportivos corresponden a material de pádel, estas importaciones han presentado una evolución positiva durante los últimos años y su crecimiento se ha acelerado desde la introducción del deporte del pádel al país. Los principales países de procedencia de material deportivo son China, India y Vietnam. Las exportaciones españolas hacia Qatar han presentado una tendencia creciente desde 2017, alcanzando la cifra de 3,16 millones de euros en 2020.

Los servicios más desarrollados hasta el momento han sido la gestión de clubes y la construcción de pistas. Esta última actividad experimentó el máximo nivel de demanda durante 2020 y 2021 debido, por una parte, a la rápida penetración del pádel y, por otra, a la llegada de la COVID-19, que impulsó la construcción de pistas en domicilios privados. Los clubes abiertos al público están gestionados en su totalidad por empresas privadas. La profesionalización de la oferta y la mayor especialización y conocimiento de la demanda suponen otras oportunidades de negocio que aún están por desarrollar, como la organización de torneos y ligas entre clubes (y otras formas de colaboración). La organización de torneos entre clubes es una práctica poco habitual hasta el momento, pues hasta ahora sólo se organizan torneos entre miembros de un mismo club. No ha sido hasta marzo de 2022 cuando se ha celebrado el primer torneo internacional de países del Consejo de Cooperación para los Estados Árabes del Golfo.

El precio en el mercado catari es interpretado como un indicador de calidad. Así, los precios de los bienes y servicios son elevados y homogéneos pese al creciente número de empresas oferentes, en una estructura de mercado asimilable a la de competencia monopolística. Sin embargo, los actores consultados no consideran acertada una estrategia basada en la reducción del precio para ganar cuota de mercado, pues estiman que tendría el efecto contrario (ya que el consumidor interpretaría que se está ofreciendo una calidad inferior).

Adicionalmente, los márgenes comerciales en la estructura de costes son bastante elevados para el mercado de Qatar. El transporte supone un incremento de un 20 % sobre el precio de fábrica y el arancel a los productos de pádel conlleva un aumento del 5 %. A su vez, el canal de distribución obtiene un margen bruto de rentabilidad de entre el 40 % y el 50 % sobre el precio de venta al público (PVP). En relación con el PVP, distribuidores consultados señalan que suelen ser los fabricantes quienes indican el precio recomendado, permitiendo un margen de variación en torno al 10 % para que los vendedores finales fijen los precios.

En cuanto al canal de distribución, cabe destacar el canal *offline* es más utilizado por los consumidores que el *online*, aunque los principales actores del mercado han optado por la omnicanalidad.

En conclusión, el mercado del pádel en Qatar presenta un gran potencial de desarrollo. La demanda actual de productos y servicios de pádel es muy elevada y mantiene una tendencia positiva. Por otra parte, el avance hacia la profesionalización del sector, el esfuerzo de organismos públicos por fomentar la práctica del deporte de pala entre los grupos de menor edad y la mayor especialización de los consumidores conforman la antesala de un mercado donde se requerirán nuevas prestaciones y servicios. Esto supone una oportunidad para la industria española, cuya experiencia y éxito en este deporte son un referente en el mercado catari. Las empresas españolas deben beneficiarse de su ventaja competitiva, que durante tantos años han ido consolidando, para aprovechar las oportunidades que vayan surgiendo en los diferentes segmentos del sector y que son objeto de análisis en el presente estudio de mercado.

ICEX

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

Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)

informacion@icex.es

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

www.icex.es

