

## ENTORNO

# Las ventas online del deporte se disparan un 33% en el primer semestre

M.Menchén

17 mar 2015 - 05:00

Las compras a través de Internet cada vez son más habituales, sobre todo tras la irrupción de los dispositivos móviles. El sector del deporte no ha sido ajeno a esta tendencia, y sólo en el primer semestre de 2014 sus ventas a través de estos canales se disparaba un 33%, hasta los 392,85 millones de euros. El grueso de las operaciones continúan realizándose dentro de España, es decir, entre ciudadanos y portales de Internet domiciliados en el país, con 244,53 millones de euros, el 62,2% del total.

La compra de entradas para espectáculos artísticos, deportivos y recreativos, con 236,67 millones de euros, se sitúa como el principal generador de negocio de la industria, lo que supone un incremento del 25,6% respecto al primer semestre de 2013, según el último informe sobre el comercio electrónico en España. Este documento, elaborado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) a partir de las entidades de medios de pago, no desglosa más allá de esta categoría, del mismo modo que en las prendas textiles no se desglosa qué parte corresponde a ropa técnica. En este apartado se situarían la venta de entradas para partidos de fútbol o cualquier otra disciplina.

El mayor incremento en términos porcentuales se produce en la compra de juguetes y productos de deporte (balones, esquís, material de gimnasia, etc), con un alza del 48,5% en el primer semestre, hasta los 118,10 millones de euros. La adquisición a través de Internet de actividades deportivas y recreativas se disparan en niveles similares (+44,4%), pero sigue teniendo un peso muy inferior en valores absolutos, con 38,08 millones, según la información recopilada por *Palco23* a partir del informe de la CNMC.

En cualquier caso, los tres sectores analizados demuestran un comportamiento mucho mejor que el del conjunto de las ventas online de bienes y servicios, que acumulaban un alza del 24,4% al cierre del primer semestre de 2014, con 7.472,2 millones de euros. Es decir, que las operaciones en las que se ve involucrada la industria del deporte según la CNMC apenas suponen un 0,5% del total. Se trata de un registro discreto en un formato de compra dominado por el sector turístico, con aerolíneas y agencias de viajes copando 18,9% del mercado. La alimentación y las casas de apuestas son los otros dos sectores más destacados.

El informe de la CNMC también revela que es mayor el gasto de personas con una tarjeta de crédito extranjera en portales españoles que a la inversa. Es decir, que mientras desde el exterior se realizaron compras por 79,15 millones, sobre todo de espectáculos deportivos, los españoles compraron en páginas web extranjeras por 69,17 millones, en este caso principalmente juguetes y artículos de deporte.