

## ENTORNO

# El deporte, rey del retail en EEUU: sólo comida y hogar le superan en 2020

Las ventas en las tiendas especializadas crecieron un 5,7%, mientras el retail en su conjunto avanzó sólo un 0,6% en un año marcado por el confinamiento y las restricciones al comercio.

Iria P.  
19 ene 2021 - 04:51



Comer, correr y arreglar el jardín. En un año sin apenas opciones de ocio y marcado por el confinamiento, la pandemia y las restricciones al comercio, el deporte ha sido uno de los pocos ganadores del retail. En Estados Unidos, las tiendas físicas especializadas en artículos deportivos han cerrado el año con un crecimiento de casi el 6%, superadas sólo por las tiendas de bricolaje y jardinería y los supermercados.

Según los datos estimados del US Census Bureau, este tipo de establecimientos facturaron 84.411 millones de dólares el año pasado, incluyendo también librerías, tiendas de artículos musicales y de *hobbies*.

El dato supone un crecimiento del 5,7% respecto al año anterior, frente al 0,6% registrado por el retail en su conjunto. Por encima se sitúan sólo las tiendas de bricolaje y jardinería, que dispararon sus ventas un 14%, y las de alimentación, con una subida del 11,5%.

El crecimiento corresponde sólo a las ventas en compañías que tengan tiendas. Los *pure players* online se analizan como una categoría aparte y cerraron el año con un impulso del 22,1%.

Aunque los datos de diciembre son todavía provisionales, por lo que la oficina estadística no desglosa la evolución por subtipos de comercio, la información hasta noviembre revela que son las tiendas especializadas en deporte las que tiraban del crecimiento.

En los once primeros meses del año, las tiendas de artículos deportivos dispararon su facturación un 15%, frente al 4% registrado por las de juguetes, instrumentos y librerías. Además, el deporte copó un 80% de la facturación total de esta categoría. La evolución mes a mes muestra cómo la explosión de las ventas se produjo justo tras el confinamiento, cuando la población comenzó a salir de nuevo a la calle y el deporte era una de las pocas actividades permitidas.

El comercio de artículos deportivos comenzó el año con alzas del 6% en enero y del 7% en febrero, en línea con la evolución registrada por el conjunto del retail. En marzo, con la imposición de las primeras restricciones para frenar el avance de la pandemia, las ventas cayeron un 8%, también en línea con el total.

En abril, llegó el gran golpe, con un desplome de las ventas del 31%, pero sólo un mes después el deporte comenzó la recuperación y no ha dejado de crecer a doble dígito desde entonces. Mientras otros comercios como los de moda o los grandes almacenes continuaban encogiendo sus ventas, las tiendas de artículos deportivos

llegaron a marcar subidas récord del 39% en junio y septiembre.

En la recta final del año, el empuje se ha mantenido pese a la segunda ola, con alzas de entre el 20% y el 30% cada mes, mientras el conjunto del comercio apenas superaba el 6%. En el otro extremo de la tabla se sitúa la moda y la hostelería, que han cerrado el año con desplomes del 26,4% y del 19,5%, respectivamente.