

ENTORNO

El deporte se digitaliza: 830 millones de personas usaron 'wearables' o aplicaciones de fitness en 2020

La participación deportiva a nivel mundial ascenderá a 3.500 millones de personas en 2025, y sitúa el tamaño del mercado mundial del deporte actualmente en 1,1 billones de dólares.

Javier Trullols
24 jun 2021 - 04:45



La pandemia ha acelerado la digitalización del deporte. En 2020, más de 830 millones de personas en todo el mundo usaron *wearables* o aplicaciones de fitness, de acuerdo a un estudio realizado por SIGNA Sports United y Boston Consulting Group. Actualmente, el tamaño del mercado mundial del deporte alcanza 1,1 billones de dólares.

La digitalización ha emprendido un camino imparable. El 56% de todos los deportistas esperan usar *wearables* en el futuro, principalmente para medir su rendimiento, para formarse sobre un estilo de vida saludable o para participar en sesiones de entrenamiento online.

En paralelo, la pandemia del coronavirus ha acelerado el negocio del deporte. El 47%

de las personas se ha centrado más en la salud y el bienestar, mientras que el 55% espera mantener este hábito, de acuerdo a dicho estudio. Además, aquellos más comprometidos con el deporte, los que hacen ejercicio al menos cuatro veces por semana, han gastado un 10% más en artículos deportivos durante la crisis del Covid-19.

La participación en deportes está creciendo a un ritmo tan elevado que se ha convertido en la segunda actividad de ocio global más común después de viajar, con el 35% de la población mundial practicando deporte al menos una vez al mes.

En Estados Unidos, la tasa de participación deportiva se disparó en 2020 un 4% interanual hasta llegar a 230 millones de personas activas, siendo el aumento más pronunciado en la participación durante más de una década. Por otro lado, la participación de las mujeres estadounidenses ha aumentado un 15% desde 2010.

La pandemia del coronavirus ha acelerado el interés por el deporte y el uso de 'wearables' o aplicaciones de fitness

El deporte global es un mercado global de 1,1 billones de dólares y sigue creciendo. El comercio minorista representa la mayor parte del mercado deportivo, con un gasto de 475.000 millones, una cifra que está previsto que crezca ritmo del 7% anual hasta alcanzar 670.000 millones en 2025.

Por otro lado, están previstas tasas de crecimiento continuas de dos dígitos para el comercio electrónico de deportes durante los próximos cinco años, creciendo tres veces más rápido que el comercio minorista físico de deportes, con un aumento del 30% de la participación en las ventas online a nivel mundial.

El informe detalla que la estrategia ganadora online se basa en ser el minorista más grande o especializarse en verticales. Los minoristas especializados en deportes online tienen de dos a tres veces más probabilidades de ser el destino de compras preferido para compradores de productos de ciclismo, tenis, golf, caballo o deportes de invierno. Además, los consumidores gastan más en especialistas en deportes verticales online, hasta el punto de que reciben un mayor volumen de pedidos superiores a cien dólares, y obtienen el doble de ingresos brutos por pedido en comparación con los minoristas de moda online multimarca.

El comercio electrónico de deportes crecerá en

tasas de dos dígitos durante los próximos cinco años

Las principales razones para comprar a un especialista vertical online son la selección y la recomendación de un producto exclusivo, junto a servicios de valor agregado y potencial de personalización, así como la oportunidad de formar parte de una comunidad y acceder a las últimas tendencias, colecciones e innovaciones de productos.

El mercado deportivo está muy fragmentado, ya que los tres mayores minoristas deportivos del mundo (Decathlon, Dick's Sporting Goods y JD Sports) apenas suman, de manera conjunta, el 7% de la cuota de mercado del mercado minorista deportivo mundial.