

ENTORNO

El ecommerce deportivo despegua: crece un 9,3% y supera los 2.000 millones en 2019

La venta online de artículos deportivos y servicios como entradas para partidos aumentó a un ritmo mayor que en 2018, cuando la evolución fue del 2,7%.

Palco23

3 jul 2020 - 16:00



El comercio electrónico de bienes y servicios deportivos despegua en 2019. La venta online de artículos para el deporte y servicios como entradas para partidos experimentó un alza interanual del 9,3% en 2019, situándose en 2.035 millones de euros, según los datos suministrados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc).

El motor de las ventas deportivas a través de los canales digitales fue la comercialización espectáculos artísticos, deportivos y recreativos, con 1.340 millones de euros, un 5,2% más que el año anterior. Pese a ser la categoría que más dinero movió, fue la que menos creció. En cambio, la comercialización de actividades deportivas y recreativas se elevó un 25,2%, hasta 223 millones de euros. La venta online de juguetes y artículos deportivos para la actividad física movió 472,1 millones de euros

, un 15,5% más que en 2018.

El ticket medio más elevado corresponde a esta última categoría, con un gasto medio por producto de 68,86 euros. Los españoles gastaron un 1,6% más en este tipo de artículos que en 2018, mientras que la venta de entradas para espectáculos se abarató un 7,2%, hasta 49,5 euros por cada acceso. En cambio, la adquisición de servicios para actividades deportivas y recreativas, como la compra online de un dorsal para participar en una carrera popular, se encareció un 6,9%, hasta 67,9 euros.

El ecommerce deportivo español apenas representa un 4,16% del total

Uno de los factores a tener en cuenta es que los datos de comercio electrónico de la Cnmc no tienen en cuenta las ventas que provienen del retail deportivo a través de los canales de venta de fabricantes y distribuidores.

En total en España, el comercio electrónico superó los 48.000 millones de euros en 2019, casi un 25% más que el año anterior. Es decir, que la venta online de artículos y servicios deportivos evolucionó a un ritmo inferior a la media del ecommerce español y apenas representa un 4,16% del total.