

ENTORNO

El 'ecommerce' deportivo modera su avance con un alza 10,9% en el tercer trimestre de 2019

La venta de artículos deportivos, entradas para espectáculos y otras actividades registraron unas ventas de 463,73 millones de euros entre julio y septiembre. El conjunto del ecommerce creció el doble de rápido.

Palco23
3 abr 2020 - 13:39



El primer trimestre de 2020 será probablemente muy distinto, pero la realidad de 2019 es que el comercio electrónico vinculado al deporte creció a un ritmo muy inferior al del conjunto de sectores. La venta de artículos deportivos, entradas para espectáculos y otras actividades registraron unas ventas de 463,73 millones de euros entre julio y septiembre, con una mejora interanual del 10,9%, mientras que la actividad total subió un 23,5% respecto al tercer trimestre de 2018.

El crecimiento de las ventas del **ecommerce** deportivo en los primeros nueve meses de 2019 es del 8,4%, hasta 1.416,04 millones de euros, según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc). El ticket medio se mantiene en torno a 53,8

euros por transacción, de las que ya se han contabilizado 26,34 millones de operaciones de compra.

El segmento que lidera el crecimiento es el de las actividades deportivas, un epígrafe en el que se engloba el negocio de las cadenas de gimnasios, gestores de instalaciones para disciplinas concretas y los clubes, ya sean de LaLiga o la ACB, entre otros. Sus ventas en el tercer trimestre, clave en la venta de abonos de temporada y altas al gimnasio, subieron un 46,5% interanual, hasta 67,38 millones de euros.

La venta de actividades deportivas, donde se recogen las cuotas de gimnasios y abonos de clubes, lideran el avance del *ecommerce*

De momento, es la actividad que menos negocio genera, pues la venta de entradas para espectáculos artísticos, deportivos y recreativos generó 290,12 millones de euros en el tercer trimestre de 2019. Se trata de un avance del 3,3% interanual, dentro de una selección que incluye desde portales generalistas de *ticketing*, a promotoras de conciertos y teatros.

Por último, la venta de juguetes y artículos deportivos mejoró un 16,4% interanual, hasta 106,23 millones de euros. La Cnmc no diferencia qué peso tiene cada uno de estos productos, como tampoco permite detallar la actividad de marcas como Joma o Luanvi, cuyo negocio está recogido en prendas de vestir. Sí se recoge a compañías como Tradeinn o Deporvillage.