

ENTORNO

## El ecommerce deportivo se resiente un 1% en el primer trimestre, hasta 489 millones

La venta online de artículos deportivos y servicios como entradas para partidos, que ya había dado muestras de ralentización en 2018, ha experimentado un retroceso entre enero y marzo de 2019.

Palco23  
4 oct 2019 - 11:23



El ecommerce deportivo arrancó 2019 con una caída en su negocio. La venta online de artículos deportivos y servicios como entradas para partidos ha experimentado un retroceso del 0,96% entre enero y marzo, hasta 489 millones de euros.

Esta caída está directamente vinculada al retroceso del *ticketing*, que constituye la principal fuente de ingresos del sector y que en el primer trimestre se situó en 324 millones de euros, un 5% menos. Sin embargo, la reducción del negocio no es únicamente atribuible al deporte, ya que los datos suministrados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc) también incluyen los espectáculos artísticos y culturales.

Esta situación ha provocado una leve caída en el ticket medio deportivo, del 0,3%, que se situó en 56,1 euros por persona, pese a que en el resto de categorías sí que se haya registrado un aumento del volumen de negocio. Las actividades deportivas y recreativas experimentaron un alza del 14%, hasta 56,3 millones de euros, y la compra de artículos deportivos se situó en 108,5 millones, un 23,8% más que en el mismo período de 2018.

El comercio electrónico deportivo ya había dado los primeros síntomas de ralentización en 2018. Pese a que alcanzó un pico histórico de ventas con una facturación de 1.860 millones de euros, el ritmo de crecimiento fue únicamente del 2,4%, muy inferior al de años anteriores.

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. Es decir, que el volumen de negocio del ecommerce deportivo es mayor de lo que reflejan los datos aportados por el organismo.

En el conjunto de España la facturación del comercio electrónico ha aumentado un 22,2% interanual durante el primer trimestre de 2019, hasta 10.969 millones de euros. De esta cantidad, el deporte apenas representa un 4,45%. Los sectores con mayor actividad han sido las agencias de viajes y los operadores turísticos, que copan el 15% del total, seguido por el transporte aéreo y las prendas de vestir.