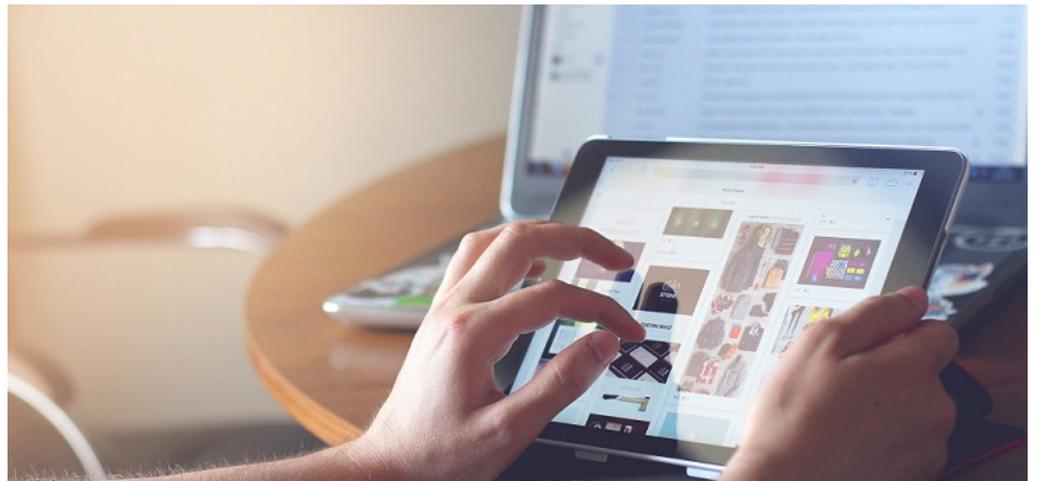


ENTORNO

El ecommerce vuelve a despegar: crece un 17% en el primer semestre de 2019, hasta 950 millones de euros

La venta online de artículos deportivos y servicios como la venta de entradas para partidos aumentó en términos interanuales, aunque en comparación con el trimestre anterior, presenta una caída del 5,2%.

Palco23
3 ene 2020 - 12:17



El ecommerce repunta en el primer semestre de 2019. La venta online de artículos deportivos y servicios como entradas para partidos experimentó un alza interanual del 17% hasta junio del año pasado, situándose en 952,3 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 de juguetes y artículos de deporte, que registró un incremento del 16,3%, hasta 210,4 millones de euros. Las actividades deportivas y recreativas también aumentaron hasta 98,7 millones, un 17% más.

Sin embargo, el grueso del negocio lo mueve la venta de entradas a los espectáculos deportivos y recreativos, donde también se incluyen los eventos artísticos y culturales. Estos representan dos tercios de los ingresos totales, y aumentaron su actividad comercial un 3,1% durante los seis primeros meses de 2019, hasta 643,1 millones de euros.

Pese a que el ecommerce ha vuelto a dar síntomas de mejoría, aún muestra una serie de indicadores que preocupan al sector. El primero que, pese al alza interanual, en términos intertrimestrales las ventas a través de los canales digitales han caído un 5,2% respecto al primer trimestre de 2019. El segundo, que esta ralentización del consumo se ha producido en las tres categorías.

Es una tendencia que ya había comenzado a apreciarse en 2018, cuando el comercio electrónico deportivo dio los primeros síntomas de ralentización. 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.

Aun así, se debe tener en cuenta 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 28,6% interanual durante el primer trimestre de 2019, hasta 22.970 millones de euros. De esta cantidad, el deporte apenas representa un 4,15%. 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.