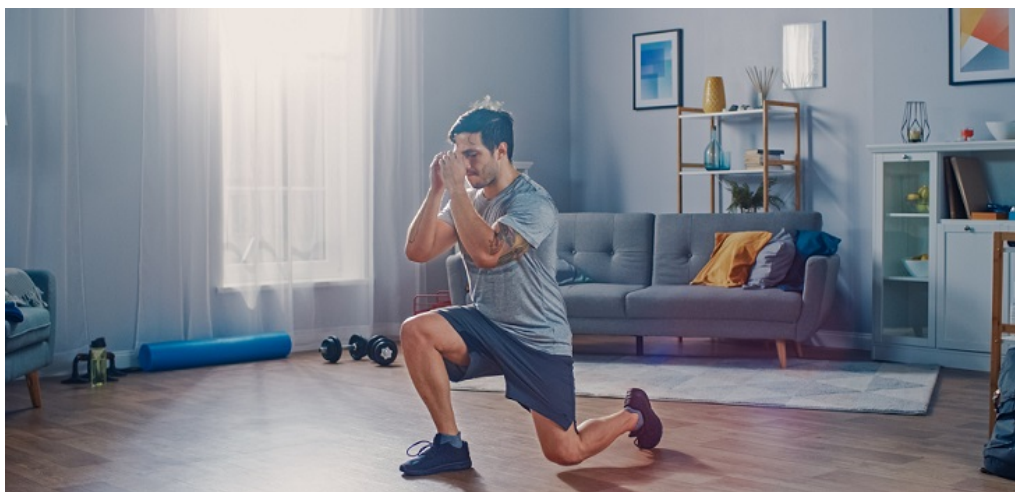


ENTORNO

NBA, Nike, Peloton o Zwift se cuelan en la lista de las 50 empresas más innovadoras del mundo

La NBA continúa siendo la empresa deportiva más destacada por su innovación, en un ranking en el que se introducen por primera vez compañías como Swift o Peloton.

Albert Ferrer
10 mar 2021 - 04:41



La innovación en el deporte resiste el golpe del Covid-19. Pese a la pandemia, la National Basketball Association (NBA) se ha mantenido una posición elevada entre las empresas más innovadoras del mundo en el ranking que elabora cada año la revista *Fast Company*. Además, se hacen un hueco en la clasificación las compañías de fitness Zwift y Peloton, que han acelerado el modelo de negocio del fitness en los hogares durante los periodos de confinamiento de la población mundial.

Los eSports se han consolidado también con la aparición de la pandemia. En 2020, Epic Games y, en concreto, su videojuego principal, Fortnite, ha dado un salto en un momento en que todas las competiciones tradicionales deportivas se pararon y las electrónicas aumentaron su interés. La compañía trató de construir un mundo abierto

como ocurre con el popular videojuego Minecraft.

Entre las empresas relacionadas con el sector deportivo que pasaron el corte se encuentra la NBA, que se sitúa en decimotercera posición en el ranking de las empresas más innovadoras del mundo. Además de ser la primera gran competición en dar el paso de suspender la actividad, también fue de las primeras ligas en retomarla tras veinte semanas de parón. La competición se reanudó en formato burbuja en el complejo Wide World of Sports de Espn, provocando que otras competiciones tan importantes como el Tour de Francia, los Grand Slams de tenis o el Campeonato del Mundo de MotoGP copiaran la fórmula.

La empresa deportiva que se sitúa en mayor posición de la tabla es Epic Games

Le sigue de cerca en la tabla la mayor compañía de equipamiento deportivo del mundo, Nike, situada en decimoséptima posición. La empresa estadounidense aumentó un 83% sus ventas ecommerce en 2020 respecto al año anterior, en un esfuerzo por afianzar su estrategia *direct to consumer* (D2C). Además, durante la pandemia, Nike ofreció de forma gratuita su aplicación de entrenamientos de pago Nike Training Club, pudiendo triplicar sus usuarios en el cuarto trimestre de su ejercicio fiscal.

En mitad de la lista se encuentra Lululemon, la marca canadiense de ropa deportiva que ha ido diversificando su oferta, entrando en el *running* o la natación. La inversión en la compañía de espejos inteligentes Mirror, acercó a la marca a otro tipo de clientela para aumentar su negocio.

Cerrando la clasificación se encuentran las compañías de fitness Peloton y Zwift, en las posiciones 42 y 48, respectivamente. Las estrategias de ambas empresas para promocionar la práctica del deporte en casa durante la pandemia incentivó a los clientes a consumir este modelo de negocio, que además de crecer en los últimos meses, se ha consolidado como alternativa a los centros deportivos.

Dentro de las empresas más innovadoras en el sector deportivo se encuentran también grandes corporaciones de equipamiento como la estadounidense Fanatics o la suiza On. También han aumentado su cifra de negocio compañías tecnológicas dentro del sector deportivo como Oz, Homecourt o Hyperice, afianzando la importancia de las bases de datos en el deporte para obtener unos resultados óptimos.