

ENTORNO

¿Quién dijo crisis? El retail deportivo en EEUU se encamina hacia el mejor año de su historia

Las ventas hasta septiembre se han disparado un 13,1%, lo que sitúa a los retailers de deporte como los terceros que mejor evolucionaron. Si se cierra 2020 así, será la mayor subida desde que hay datos.

Iria P. Gestal
17 dic 2020 - 04:53



Alcohol, ordenadores y artículos deportivos. Estas han sido las categorías ganadoras en el retail estadounidense en el año del Covid-19, marcado por la atonía general del consumo, el confinamiento y los cierres forzados de tiendas. El deporte acumula hasta septiembre una subida de ventas del 13,1%: de cerrarse así el año, será el mejor ejercicio de su historia desde que el US Census Bureau comenzó a recopilar estos datos en 1992.

Tras los operadores de ecommerce y venta a distancia, que han sido los claros vencedores del año al no verse afectados por los cierres, las tiendas que mejor evolucionaron hasta septiembre de 2020 fueron las de cerveza, vinos y alcohol, con

una subida del 17,6%.

La tercera posición la comparten las tiendas de **hardware** y las de deporte, ambas con alzas del 13,1%, seguidos de establecimientos de materiales de construcción y jardinería, supermercados (excepto tiendas de conveniencia) y otras tiendas de alimentación y bebidas.

El conjunto del retail cayó, de media, un 0,7% entre enero y septiembre. Excluyendo los comercios de ventas de automóviles y componentes, la subida fue del 3,3%. Todos los datos son sin ajustar los efectos de calendario.

Entre enero y septiembre, las ventas de las tiendas de artículos deportivos en la mayor potencia mundial ascendieron a 31.665 millones de dólares, frente a los 35.822 millones de dólares del mismo periodo del año anterior.

El grueso del crecimiento se produjo después de la reapertura. Los retailers de deporte comenzaron el año con subida del 6% en enero y del 6,9%. En marzo, llegó el gran golpe con los primeros cierres de tiendas, que redujeron las ventas un 7,8%, y en abril la caída se agrandó hasta el 30,6%.

Sin embargo, en mayo, con la relajación de las medidas de contención, las ventas repuntaron un 12,2%, y desde entonces han seguido escalando: un 30,1% en junio, un 29,4% en julio, un 16,8% en agosto y un inédito 39,3% en septiembre.

El hecho de que el deporte sea una de las pocas actividades de ocio compatibles con las limitaciones por el Covid-19 y que se puede realizar en solitario, al aire libre y prácticamente gratis han dado alas al sector en el año de la pandemia.

Si se mantiene la tendencia hasta final del año, teniendo en cuenta que los meses que restan son los más importantes por ventas (ya que incluyen el Black Friday y la campaña de Navidad) el sector cerraría 2020 con su máximo histórico de ventas, rozando los 48.000 millones de dólares. Con todo, está por ver cómo afectarán las nuevas medidas tomadas por algunos estados para frenar la segunda ola.

Será, además, la primera subida después de tres años en descenso: los retailers de deporte encogieron su facturación un 4,6% en 2017, un 2,8% en 2018 y un 0,1% en 2019. Antes, el sector había alcanzado una racha de siete meses en ascenso que comenzó con el final de la crisis financiera en el país en 2010.

Hasta ahora, las mayores subidas anuales en la serie histórica fueron las registradas en 1994 y en 2006, justo antes de la Gran Recesión, con alzas del 12,1% y del 10,3%, respectivamente.