

## EQUIPAMIENTO

# Deporte en tiempos del Covid-19: las ventas de ropa caen un 50% entre marzo y junio

Pese al *boom* de la actividad física tras el estado de alarma por el Covid-19, los españoles han contenido las compras de prendas deportivas. Decathlon, Sprinter y Nike han copado la mitad del negocio y la Red, un 44%.

P. Riaño  
5 ago 2020 - 05:00



Los españoles han salido en tromba a la calle en caminar, correr o pedalear tras el confinamiento y, mientras estuvieron en casa, saltaron, sudaron y ejercitaron sus músculos ante una pantalla. El *boom* del deporte durante y después del estado de alarma para contener el Covid-19 hacía presagiar que la moda deportiva se dispararía, pero no ha sido así. Entre marzo y junio, las ventas de prendas para practicar deporte en España registraron un retroceso del 50%.

Según datos facilitados por Kantar, las prendas deportivas han logrado capear mejor la crisis del Covid-19 que la categoría de moda, cuyo gasto retrocedió un 56% entre el tercer y el quinto mes de 2020 (periodo que abarca el inicio del confinamiento y el

levantamiento de las restricciones).

Las principales cadenas especializadas, con Decathlon, Sprinter y Nike a la cabeza, coparon un 49% del gasto total. El 51% restante se repartió entre marcas no especializadas y otros establecimientos, como hípsters y súpsters.

## Las prendas deportivas han logrado capear mejor la crisis del Covid-19 que la categoría de moda

Por canales, la Red experimentó, como sucedió en el grueso del consumo, un incremento destacado durante el confinamiento. Del total de las prendas deportivas compradas entre marzo y junio, un 44% se adquirió online y un 56%, offline.

De todo el gasto en ropa y calzado que los españoles realizaron entre marzo y junio de 2020, el 13% lo dedicaron a las principales prendas deportivas, tales como chándales, calzado deportivo y prendas para hacer deporte como camisetas, pantalones cortos, *leggings*, sudaderas y forros polares.

La ropa deportiva en Europa

A la espera de datos correspondientes a los primeros meses de 2020, la industria de artículos deportivos *outdoor* se estancó en Europa en 2019. Los fabricantes especializados en la venta de productos para la práctica de deportes al aire libre cerraron 2019 con una facturación de 5.820 millones de euros, según el European Outdoor Group (EOG), con un alza de sólo el 0,5%.

Un año antes, en 2018, la industria europea de los artículos *outdoor* se había encogido un 1%, tras alcanzar el máximo histórico en facturación en 2017, cuando se elevó un 7,2%, hasta 5.860 millones de euros.

El motor del negocio de *outdoor* es el textil, que aporta más de la mitad de las ventas del mercado europeo, con 2.940 millones de euros. Le sigue el calzado deportivo, cuya facturación se mantuvo en 1.700 millones pese a vender un 5% más de unidades, hasta un total de 42,5 millones pares de zapatillas.