

EQUIPAMIENTO

El calzado deportivo movió 1.560 millones de euros en España en 2019

El país es el quinto mayor mercado de la Unión Europea y representa el 12% de la facturación del calzado deportivo entre los cinco principales países de la región. Las zapatillas urbanas representaron el 60% de la facturación total en España.

Palco23
4 feb 2020 - 11:00



España se consolida como el mercado en el que más crecen las ventas de calzado deportivo en la Unión Europea (UE). La venta de este tipo de producto se elevó un 9% en 2019, hasta 1.560 millones de euros, lo que representó sólo un 12% del total de las ventas de calzado deportivo en los cinco principales mercados de la región. En otras palabras: España no estuvo entre los mercados más relevantes de esta industria, pero allí las ventas experimentaron el mayor crecimiento en términos porcentuales.

La evolución del mercado español superó en dos puntos a la del mercado italiano, según un informe de NPD Sports Tracking Europe, que mide el volumen de ventas entre octubre de 2018 y septiembre de 2019. El estudio sitúa el volumen global agregado de ventas de calzado deportivo en 13.000 millones de euros.

El incremento del 9% se debe al aumento de las ventas del calzado urbano y a las compras del público femenino. Por un lado, las zapatillas urbanas y de tiempo libre continuaron siendo las más vendidas, y representaron en torno al 60% del total de las ventas de calzado. Le siguieron los modelos de *running*, que representaron un 20% del total.

Por su parte, las ventas entre el público femenino crecieron por encima de la media, según NPD, y ya suponen un tercio de las ventas en España. El estudio también identifica a los jóvenes de la franja entre 14 y 24 años como los que más zapatillas compraron en los últimos doce meses. La facturación correspondiente a este grupo de edad concentró alrededor de una cuarta parte del consumo del total del mercado de calzado deportivo en los cinco principales mercados de Europa.