

EQUIPAMIENTO

El retail deportivo cierra un trimestre de récord en EEUU al calor de la reapertura

En un año marcado por la llegada del Covid-19 y donde la industria de la moda ha sido una de las más afectadas, las marcas y los retailers deportivos, sin embargo, han batido su récord de ventas.

Raquel Cerrudos
30 oct 2020 - 04:54



Trimestre épico para el deporte. La cuarentena ha fomentado el deporte y el consumo de la ropa especializada, lo que ha generado que las principales marcas y retailers del deporte batan récords de crecimiento en el trimestre de la reapertura.

Desde los principales distribuidores del sector del deporte en Estados Unidos, como Dicks, Foot Locker, Big 5, Academy Sports o Hibbett Sports, hasta las principales marcas, como Nike, Adidas o Puma, han concluido el periodo con resultados que oscilan entre tímidas caídas y alzas a doble dígito.

Una de las mayores subidas la ha registrado el gigante de la distribución deportiva Hibbett, desconocida fuera de su mercado local, pero que tiene una facturación anual de alrededor de más de 1.000 millones de dólares. La empresa, que cotiza en bolsa, tiene su sede en Birmingham, Alabama. La compañía operaba con 1.025 tiendas

minoritas repartidas en 32 estados.

En el tercer trimestre, Hibbett ha batido récords de ventas, aumentando un 75% las ventas respecto al mismo periodo del año anterior. La facturación del retailer ha sido de 441 millones de dólares, frente a los 252 millones que registró en 2019.

Hibbett Sports y Peloton han registrado un aumento de las ventas del 74% y 65% respectivamente

Otro de los distribuidores que ha despuntado este tercer trimestre es Dicks, otro gigante estadounidense que tiene su sede en Coraopolis, Pensilvania. La compañía fue creada en 1948 y cuenta con alrededor de 850 tiendas y 30.000 empleados.

La compañía ha cerrado el tercer trimestre facturando 271 millones de dólares, con un aumento del 20% en sus ventas respecto a los 225 millones que ingresó en el mismo periodo del año anterior.

Otro de los grandes distribuidores de moda deportiva en Estados Unidos es Big 5, con sede en El Segundo (California), y cuenta con una flota de 434 repartidas en Arizona, California, Colorado, Idaho, Nevada, Nuevo México, Oregón, Texas, Utah, Washington y Wyoming.

Big 5 ha cerrado el tercer trimestre con unas ventas de 304 millones de dólares, frente a los 244 millones del mismo periodo de 2019. Esto ha supuesto un crecimiento del 14,5% para el minorista en 2020.

La cadena de sneakers Foot Locker, con sede en Nueva York y cerca de 3.900 franquicias en más de veinte países, ha facturado en este trimestre 2.077 millones de dólares, lo que ha supuesto un aumento del 17% en sus ventas respecto al mismo periodo del año anterior.

Entre las marcas, la mayor subida en ventas ha sido para Puma, quien ha cerrado el tercer trimestre con unas ventas de 1.583 millones de dólares. Esto ha supuesto un

aumento del 7% respecto al mismo periodo del año anterior.

Sin embargo, el gigante del deporte, Nike ha cerrado el periodo con una caída del 1% en sus ventas, con una facturación de 10.594 millones de dólares, frente a los 10.660 millones que facturó en el mismo periodo de 2019.

Pero Adidas, el número dos del mundo en moda deportiva, ha sido el más afectado, cerrando el tercer trimestre con una caída del 35% en sus ventas respecto al 2019, facturando 3.579 millones de dólares frente a los 5.509 millones del mismo periodo del año anterior.

Las marcas de equipamiento deportivo también han sido grandes beneficiarias del auge del deporte. La segunda mayor subida ha sido de Peloton, empresa estadounidense de equipos de ejercicio y medios de comunicación que se fundó en 2012 y con sede central en Nueva York.

Peloton ha cerrado el tercer trimestre con un aumento del 65% en sus ventas. La facturación ha sido de 5.246 millones de dólares, frente a los 3.167 millones del año anterior.

Garmin también ha conseguido cerrar las cuentas con la mayor subida desde hace dos años. La empresa, con sede central en Olathe (Kansas), ha cerrado el trimestre con un aumento del 18% en sus ventas, respecto al mismo periodo de 2019, facturando 110 millones de dólares.