

EQUIPAMIENTO

Equipamiento deportivo en España: 7.600 millones y 114 tiendas menos antes del Covid

El año pasado, las ventas de los artículos de deporte se situaron en 7.630 millones de euros, aunque en los últimos años ha ido disminuyendo el saldo de tiendas.

Palco23
21 oct 2020 - 11:42



El equipamiento deportivo engorda en España en el año previo al golpe del Covid-19. En 2019, las ventas de moda, balones o bicicletas generaron un negocio de 7.630 millones de euros, lo que supuso un incremento del 5,55% respecto al año anterior, según un informe elaborado por la Asociación Española de fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivos (Afydad) en colaboración con Sport Panel.

Esta cifra incluye tanto el negocio generado por las marcas como por los distribuidores. Mientras la facturación total del sector (*sell out*) rebasó los 7.600 millones, la atribuible a las marcas fue sólo de 4.113 millones de euros, con un crecimiento del 5% respecto a 2018.

Del total de las ventas del sector, 1.870 millones de euros corresponden al mercado

del ciclismo, el mayor porcentaje (24,52%) entre todas las disciplinas deportivas.

En el año previo a la crisis del coronavirus, España albergaba 921 empresas de equipamiento deportivo, dos compañías más que en 2018. Casi la mitad de ellas, el 47,8%, se dedican a la producción de marcas nacionales, mientras que el 43% trabajan exclusivamente en la importación de firmas internacionales. El 9,23% restante corresponde a productores nacionales que, además, dedican parte de su actividad a la importación.

Las empresas del mercado deportivo se reparten por toda geografía española, aunque gran parte del peso se concentra en Barcelona y su área metropolitana (con el 29,4% del total) y en Madrid y su zona urbana (que copa el 13,2% del negocio total).

Declive paulatino de tiendas del sector deportivo, donde el calzado concentra mayor peso

El mapa de puntos de venta en España ha ido a la baja en los últimos años. Si en 2017 había un total de 9.292 de tiendas de artículos deportivos, en 2018 cayeron hasta 9.264 y en 2019, hasta 8.967. A principios de este año, la cifra volvía a retroceder hasta 8.853 establecimientos, 114 menos que el año anterior. De todos estos comercios, el 60,85% son independientes, frente a tan solo un 3,74% de locales monomarca.

Afydad señala que las compañías deberán reconfigurar su distribución para ofrecer omnicanalidad y una mejor experiencia a los clientes, además de ganar presencia en los principales *marketplaces*.

A pesar de estas cifras, el sector ha experimentado un incremento del 2,21% en empleo ; es decir, a principios de este año trabajaban en el sector un total de 84.077 personas. De estos, el 29% trabajan en empresas y el 70,98% en comercios deportivos.

El español medio sigue sin invertir en equipamiento deportivo técnico: el peso se concentra en el calzado y el 'sport lifestyle'

Según señala la Afydad, el incremento de los precios de producción ha perjudicado al consumo de artículos deportivos en España. Además, el peso del mercado sigue recayendo sobre el calzado, aunque se espera un crecimiento a medio y largo plazo del textil deportivo y el material duro, que van ganando terreno. En este sentido, Decathlon ha experimentado un crecimiento del 2,51% respecto a sus datos de 2018, cuando su facturación cayó un 3,04%.

Por otra parte, la asociación prevé que en los próximos años evolucione la tendencia del *sport urban life*; y es que más de la mitad de las ventas (el 55,02%) corresponden a prendas de *sportwear* y *streetwear*. De hecho, ha habido un gran incremento de cadenas especializadas en *sneakers* y tiendas de moda de deporte.