

EQUIPAMIENTO

La moda deportiva sigue su 'sprint' tras la pandemia: alza del 11% al año hasta 2024

El 36% del crecimiento provendrá de Norteamérica, que es ya el mayor mercado para el sector. El negocio engordará en 157.100 millones de dólares en un lustro.

Iria P. Gestal
24 mar 2021 - 04:55



Era ya el sector de la moda que más crecía antes de la pandemia y fue la gran estrella en el año del Covid-19. En los próximos años, una vez se haya recuperado en cierta medida la normalidad, la moda deportiva promete mantenerse entre los grandes ganadores de la recuperación, con un crecimiento a doble dígito hasta 2024.

El negocio global del *activewear* engordará en casi 157.100 millones de dólares en los próximos cuatro años, según un informe elaborado por la compañía de estudios de mercado Technavio.

Esto equivale a un crecimiento medio anual del 11%, por encima del registrado el año pasado. Sólo el mercado norteamericano, que hoy ya es el mayor para el sector, aportará el 36% de ese crecimiento.

De esta forma, el sector superará los crecimientos registrados en el último lustro.

Según datos de Euromonitor, la moda deportiva cerró 2020 con un descenso del 9,1% , mientras que las ventas de calzado retrocedieron un 9,5%.

El sector del deporte sumará 157.100 millones de dólares en ventas hasta 2024

En los años anteriores, ambos subsectores habían crecido por encima del 5%, aunque el calzado se había desmarcado gracias al *boom* de las *sneakers*. En los años anteriores, ambos subsectores habían crecido por encima del 5%, aunque el calzado se había desmarcado gracias al *boom* de las *sneakers*. En concreto, la ropa deportiva aumentó un 6,4% en 2017, un 8% en 2018 y un 6,7% en 2019.

El calzado, por su parte, escaló un 8,9% en 2017, un 10,4% en 2018 y un 9,4% en 2019, alcanzando unas ventas de 140.065 millones de dólares en todo el mundo antes del estallido de la pandemia.

Esta buena evolución del sector se refleja también en los resultados anuales de los gigantes del sector. Nike, que cierra su ejercicio en mayo, terminó los nueve primeros meses (de junio a febrero) con un aumento de las ventas del 4%, hasta 32.194 millones de dólares, y disparó su beneficio un 27%.

Adidas, por su parte, concluyó el ejercicio 2020 (finalizado en diciembre) con una contracción del 16%, pero logró salvar el año en negro, con un beneficio de 4343 millones de euros. En el cuarto trimestre, la caída de ventas se moderó hasta sólo el 5%.

Decathlon, el número tres del sector a escala global, redujo sus ingresos sólo un 8% el año pasado, hasta 11.400 millones de euros, y ganó 550 millones, casi en línea con el ejercicio anterior.