

## EQUIPAMIENTO

# La venta de artículos deportivos sigue al alza en España y alcanza 7.228 millones en 2018

Las tiendas especializadas en la venta de moda y artículos para la práctica de actividad física elevaron su actividad un 3,5% respecto a 2017, pese al retroceso experimentado por Decathlon, líder del mercado.

Palco23  
20 jun 2019 - 14:18



El retail deportivo sigue al alza en España. Los fabricantes y distribuidores de artículos deportivos elevaron su actividad un 3,5% en 2018, hasta 7.228 millones de euros. Pese a la tendencia alcista del sector, en 2019 se prevé que haya 300 establecimientos menos, para un total de 8.967 locales. Ello, en un contexto marcado por el periodo de reflexión iniciado por el líder del mercado, Decathlon, y el creciente interés de las marcas por llegar directamente al consumidor.

Actualmente, en España hay 919 empresas especializadas en la venta de moda y artículos para la actividad física, 35 menos que hace un año, según se desprende del estudio elaborado por Sport Panel para las patronales Afydad y Ambe. De estas, el

50,7% son fabricantes deportivos y son aquellos que se dedican a la importación de productos para su posterior venta en el territorio español los que aportan más del 70% de la facturación total.

Sin embargo, que haya menos empresas no significa necesariamente que el retail se haya contraído, como se plasma en el aumento de la facturación. Según el informe, “hay una sobreoferta de productos y de marcas”, que ha producido una criba en el sector. La industria que sí ha acusado esta caída ha sido la de los fabricantes de bicicletas tras dos años de crecimiento.

## En España hay menos locales y menos empresas de retail, pero la industria mantiene su ritmo de crecimiento

La desaceleración del ritmo de crecimiento se atribuye a varios factores, aunque en la presentación se han destacado la caída de ventas de las bicicletas infantiles y, más concretamente, a Decathlon. Por primera vez en siete años, el gigante francés perdió terreno en España durante 2018, cuando sus ventas cayeron un 3%.

La tendencia actual gira en torno a las tiendas multimarca, donde la moda tiene un peso cada vez más relevante. De hecho, el 54% de las ventas provienen de los productos dedicados al deporte al aire libre, mientras que los artículos técnicos, que durante los años de crisis cayeron por debajo del 50% de cuota de mercado, ha empezado a mostrar síntomas de recuperación.

Dentro de este proceso de fragmentación, el *running* es la disciplina que ha salido mejor parada, aunque su evolución se haya frenado después de años de frenético crecimiento, con tasas interanuales de hasta el 47% incluso en plena crisis. Al margen de las bicicletas, que en 2018 generaron 1.712 millones de euros (+3,5%), el calzado representa hoy día el 41% de la facturación del resto del retail deportivo (2.261,7 millones de euros), mientras que el textil generó el 37% del total (2.041 millones de euros).