

EQUIPAMIENTO

Menos 'sneakers', pero más caras: cómo la pandemia cambió el mercado de la estrella de la moda

Nueve de las diez zapatillas más vendidas del año pasado son del grupo Nike, aunque el gigante tampoco esquivó la caída generalizada de las ventas.

Iria P. Gestal
27 ene 2021 - 04:53



La pandemia pausa la expansión de la categoría estrella de la moda. Las ventas de *sneakers*, que han sido durante los últimos años el producto de mayor crecimiento en el sector, no escaparon el año pasado a la caída generalizada de ventas, pese al auge de la práctica deportiva.

El descenso de ventas en Estados Unidos, el mayor mercado para el sector, fue de alrededor del 13%, según datos de la consultora NPD. Sin embargo, el aumento de hábitos como el *running* ha motivado un aumento de la venta del producto más técnico, lo que ha ocasionado un incremento del precio medio de venta.

“Si la caída en unidades puede reducirse y los precios se mantienen altos, puede haber

un buen equilibrio este año”, explica Matt Powell, analista especializado en deportes de la consultora.

Brooks, On y Hoka One One evolucionaron “como si no hubiera habido crisis”, dice NPD

Por categorías, la que mejor evolucionó fue la de calzado de *lifestyle*, incluyendo los modelos retro. “Las marcas deberán gestionar correctamente el mercado para mantener el empuje de esta categoría”, dice Powell.

Las zapatillas para caminar, una categoría que no ha recibido demasiada atención en los últimos años, cerraron el año con una caída de alrededor del 5%, pero crecieron en el cuarto trimestre. “Creo que esta área del mercado podría alcanzar el mismo negocio que el *running*”, aventura el consultor.

Las ventas de zapatillas para correr o escalar se redujeron a un solo dígito, aunque mejoraron en la segunda mitad del año, las de golf aumentaron y las de tenis se mantuvieron planas. En cambio, las *sneakers* para baloncesto, que copan un 3% del mercado en Estados Unidos, anotaron un descenso del 25%, uno de los más acusados.

Junto al baloncesto, el deporte peor parado fue el *skate*: las ventas de zapatillas para este deporte se hundieron un 20% lastradas por la evolución de Vans, que, según NPD, “parece haber perdido parte de su brillo”.

El baloncesto y el ‘skate’ fueron las categorías que peor evolucionaron

Por marcas, las que ya batían la media del mercado en 2019 continuaron haciéndolo en 2020, aunque la mayoría cerraron el año a la baja. Brooks, On y Hoka One One evolucionaron “como si no hubiera una crisis global”, destaca NPD, y cerraron el año al alza. Otra firma que batió la media del sector fue Puma, con un alza del 20%.

Con todo, Nike continúa siendo el rey absoluto del sector y copa nueve de los diez modelos más vendidos en 2020. En cabeza se sitúan las Air Force 1 Low, seguidas por

las Air Max 270 y las Air Vapormax Plus.

Dentro del gigante estadounidense, la evolución ha sido muy desigual por marcas. Mientras Nike registró una caída a un solo dígito, Jordan anotó un retroceso menor gracias a un buen primer semestre. Converse, en cambio, registró una fuerte caída.

También hubo una de cal y una de arena para Adidas: mientras las ventas de zapatillas de la marca homónima cayeron más de un 13%, Reebok cayó a un solo dígito gracias a la mejora de sus resultados en el segundo semestre. Under Armour, el número tres, también anotó un descenso a doble dígito de sus ventas de *sneakers*.