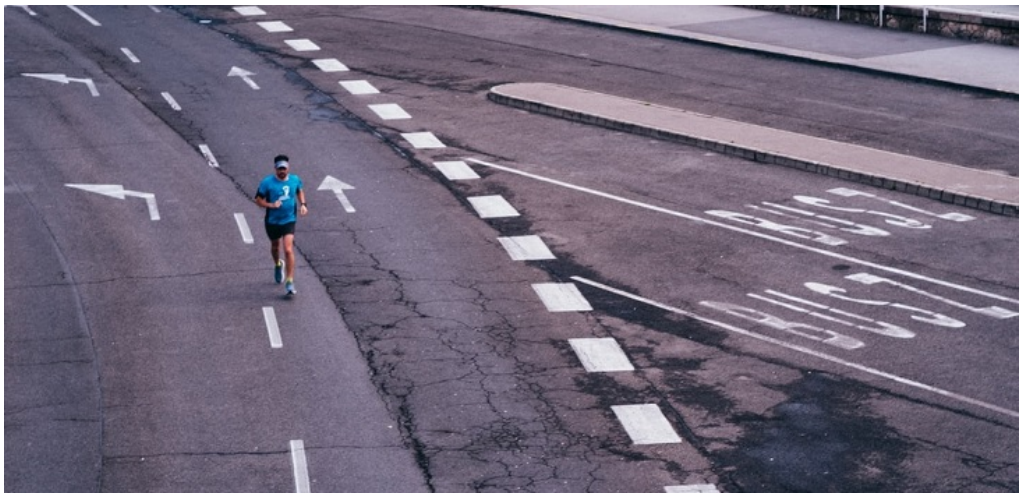
Modaes

Entorno

El deporte más allá del 'boom': ciclismo, hogar y 'running', los motores tras el confinamiento

El 15% de los encuestados por Kantar en Reino Unido prevén incrementar su práctica deportiva en relación a antes del confinamiento, especialmente los deportes individuales.

I. P. G.
9 nov 2020 - 04:47



El deporte busca su hueco tras el *boom* del confinamiento. Mientras los consumidores estuvieron en casa, la práctica deportiva fue una de las pocas de ocio que continuaron estando permitidas, primero en casa y más tarde también en el exterior. Pero, una vez reabiertas las tiendas, los bares y los cines, ¿en qué lugar queda el deporte?

https://www.modaes.com/entorno/el-deporte-mas-alla-del-boom-ciclismo-hogar-y-running-los-motores-tras-el-confinamiento

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Según datos de Kantar, el sector tiene todavía recorrido para seguir creciendo, especialmente en la práctica individual y el deporte en casa. Un 15% de los encuestados por la compañía de estudios de mercado en Reino Unido prevé incrementar el ejercicio que practica en relación al nivel al que lo hacía antes del confinamiento.

¿Los ganadores? **El ciclismo, los entrenamientos en casa, el *running*, la natación y el yoga**, deportes que pueden realizarse sin apenas equipamiento y en solitario, tendencias al auge ante el miedo al virus.

Entre enero y septiembre, **el mercado de la ropa para correr se ha disparado un 93% en el país, la de fitness**, un 4% y la de outdoor, un 23%. Sólo durante el confinamiento, uno de cada dos británicos compró ropa relacionada con el deporte o el fitness.

Entre enero y septiembre, el mercado de la ropa para 'running' se ha disparado un 93% en Reino Unido

La mayoría compraron ropa y calzado, con cuotas del 20,8% y del 14,6%, respectivamente, pero también equipamiento como pesas o esterillas (10,8%); comida y suplementos (8%) y accesorios como relojes (6,7%).

Dos de cada diez encuestados prevén seguir incrementando su gasto en ropa y equipamiento deportivo en el cuarto trimestre, y sólo cuatro de cada diez no prevén hacerlo. Cuatro de cada diez dudan si lo harán o no, lo que representa una oportunidad de 150 millones de libras para la recta final del año.

"No te rindas con los que dicen que no van a comprar", insiste la compañía. Sólo en las cuatro semanas anteriores a la elaboración del informe, **las compras no planificadas representaron un cuarto del mercado de ropa en Reino Unido**, alrededor de 340 millones de libras.

Dos de cada diez encuestados prevén seguir incrementando su gasto en ropa y equipamiento deportivo en el cuarto trimestre

Una diferencia respecto al *boom* de primavera es que, si bien entonces fueron los grandes grupos los que se beneficiaron, a medida que el crecimiento se asiente el

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

consumidor podría probar con nuevas marcas. “A medida que el consumidor repite compras, experimentan más”, señala la consultora.

Entre enero y septiembre, el crecimiento del sector en Reino Unido lo capitalizaron Nike y Adidas, con alzas del 10% y del 9%, respectivamente. Por categorías, los mayores crecimientos lo registraron las partes de arriba, con un alza del 36%; los pantalones y otras prendas inferiores, con una subida del 27%, y en menor medida las zapatillas, con una subida del 5%.

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.