

## Valgo - Blog

<https://www.valgo.es/>

# El mercado deportivo mundial llega a los 1,1 billones de dólares y la participación deportiva mundial alcanzará los 3.500 millones de personas en 2025



Según un nuevo informe de **Signa Sports United (SSU)** y de **Boston Consulting Group (BCG)**, el tamaño del mercado mundial deportivo ha llegado a los 1,1 billones de dólares, y además predicen que para el año 2025 la participación deportiva mundial llegará a las 3.500 millones de personas.

De esta manera, se destaca el fuerte crecimiento del mercado deportivo mundial en la era digital que, sumado a la mayor participación deportiva, está impulsando la penetración del comercio electrónico y el uso de innovaciones digitales como los wearables. Además, la venta minorista deportiva también se suma a este crecimiento.

El informe se ha basado en una encuesta a 19.000 consumidores de cuatro países (EEUU, Reino Unido, Francia y Alemania), desde enero hasta marzo de 2021, junto con entrevistas a expertos del deporte. Las principales conclusiones a las que ha llegado el

informe son:

- Al llegar a 3.500 millones de personas para 2025, el deporte se convertirá en la segunda actividad de ocio más común a nivel mundial tras los viajes turísticos, con el 35% de la población practicando deporte al menos una vez al mes.
- El deporte se está digitalizando, ya que cada vez más personas adoptan innovaciones digitales como los wearables. En 2020, más de 830 millones de personas usaban estas aplicaciones de fitness. Además, el 56% de los deportistas esperan adoptarlas en el futuro, especialmente para medición del rendimiento, para informarse sobre estilo de vida saludable o para participar en sesiones de entrenamiento online.
- El deporte ha llegado a ser un mercado global de 1,1 billones de dólares y sigue creciendo. La mayor parte del mercado deportivo lo conforma el comercio minorista, ya que supone 475 mil millones de dólares y se prevé que crezca un 7% anual para llegar en 2025 a los 670 mil millones.
- Se prevé que el comercio electrónico deportivo tenga tasas de crecimiento de al menos dos dígitos durante los próximos cinco años, lo que significa un crecimiento hasta tres veces más rápido que el comercio minorista de deportes sin servicios online, aumentando al 30% de la participación de ventas en línea a nivel mundial.
- Se recomienda que se adopten una serie de estrategias para que una entidad deportiva pueda crecer, como tener un buen sistema de venta online o especializarse en ventas verticales. Los minoristas deportivos especializados en comercio electrónico tienen entre 2 y 3 veces más de probabilidades de ser el destino de compra preferido por los consumidores de algunos deportes como ciclismo, tenis, golf, equitación o deportes de invierno. Además, los consumidores gastan más dinero con especialistas en deportes de venta vertical online.

**Stephan Zoll**, director ejecutivo de SIGNA Sports United y **Volker Haemmerle**, director general y socio de BCG, concluyen que es muy importante que los minoristas deportivos comprendan la mentalidad de los consumidores, así como las oportunidades de crecimiento tomando buenas decisiones comerciales.

Fuente: [signa-sportsunited.com/](https://www.signa-sportsunited.com/)

Fecha de publicación: 11 de mayo de 2021

**[Acceder a la noticia original >>>](#)**

**Link to Original article:** <https://www.valgo.es//w/valgo/34180/blog?elem=267237>