

EQUIPAMIENTO

Intersport recupera terreno en España y prevé facturar 275 millones este año

Guillermo G. Recio
20 oct 2015 - 17:42

El grupo de distribución Intersport ha vuelto a crecer en España. La cadena de tiendas de equipamiento deportivo prevé cerrar 2015 con unas ventas de 275 millones de euros, lo que significaría un crecimiento del 10% interanual, ya que en el pasado ejercicio la red facturó 250 millones de euros.

Este crecimiento significa una recuperación del terreno perdido desde 2011, cuando facturó 282 millones de euros. El siguiente año, las tiendas que operan bajo la marca Intersport registraron unas ventas de 263 millones, por lo que se redujo la cifra un 6,7%.

A pesar de esta caída, en 2013 la facturación volvió a descender hasta los 248 millones de euros, lo que significaba un retroceso de un 5,7%. Sin embargo, el cambio de rumbo llegó en 2014, cuando Intersport logró cerrar el ejercicio con unas ventas superiores en dos millones de euros respecto al año anterior, por lo que logró estabilizar su situación.

El incremento de facturación previsto en España para este curso viene acompañado de una mejoría mundial en todas sus tiendas ya que Intersport cerró 2014 con unas ventas de 10.500 millones de euros, lo que supuso un aumento del 2% respecto al año anterior. Para este 2015, la multinacional podría alcanzar los 11.000 millones en ventas de cumplirse su previsión de crecer hasta un 4% interanual. Sólo en el primer trimestre, las tiendas ya mejoraron un 8,4% su cifra de negocio, hasta los 2.600 millones.



La nueva tienda de Intersport en Platja d'Aro./ Intersport

La compañía destaca que la progresión en España ha sido gracias a su transformación societaria, pasando de ser una cooperativa a un holding empresarial. También tiene un peso importante el aumento de establecimientos en el territorio ya que cuenta con 275 tiendas con un total de 145.000 metros cuadrados de superficie de venta.

En concreto, este 2015 se han inaugurado diez tiendas en Chiclana Chafiras, Playa de Aro, Tomelloso, Logroño, Puerto de la Cruz, outlet Castellón, Galapagar, Collado de Villalba y outlet Artea. Además, la previsión de aperturas para el próximo mes de noviembre es de cinco tiendas en Bilbao, Cartagena, Villena, Elche y Yecla. La compañía quiere intensificar la oferta de gran formato, con tiendas de entre 800 metros y 2.000 metros cuadrados. Pero sin perder el contacto y la proximidad con el cliente.

Otro de los puntos clave de esta mejoría puede deberse a la apuesta de Intersport por un departamento de *retail* que dinamiza la relación con los clientes. Esta novedad hace especial hincapié en el apoyo al punto de venta ofreciendo servicio de *visualmerchandising* y soporte en el análisis de las ventas de las tiendas. Uno de los ejemplos de esta iniciativa es la implementación de un *showroom* permanente de Nike en la sede en Rubí (Barcelona), un sistema de reposición automática y un sistema de devolución sin coste.

Ventas agregadas de más de 100 millones

La facturación de la central de compras, que incluye sus tiendas propias, se situó en los 97,6 millones de euros en 2014, mientras que las expectativas para este año apuntan a 109 millones, lo que supondría un incremento del 11%. Este porcentaje, según la compañía, se sitúa por encima de la media de crecimiento de entre el 2% y el 3% que la multinacional suiza espera para el Oeste de Europa su estrategia.

En cuanto al ebitda (beneficios antes de amortizaciones e impuestos) del negocio español también protagoniza un crecimiento notable. En concreto, la compañía espera cerrar 2015 con un ebitda de 3,5 millones de euros, un 50% por encima de 2014, donde obtuvo 2,4 millones.

La compañía también destaca como principales factores de su crecimiento la consolidación del **running** y la práctica de deportes como los llamados **outdoor**, actividades en el exterior, mientras que otras categorías como fútbol y fitness se mantienen. En cuanto al gasto medio declarado por los consumidores españoles que han adquirido algún artículo deportivo en este último año es de 150 euros por persona.

Debido a estas nuevas tendencias del mercado, Intersport piensa en introducir en España su nueva marca Run & Fit, un nuevo concepto de tienda con el que quiere acercarse a los aficionados al **running** y el gimnasio que se ha estrenado en Rusia.

De confirmarse la llegada de este nuevo concepto a España, no sería la única novedad que Intersport traiga al país en los próximos meses. La central de compras española, que a su vez es accionista de la matriz, busca músculo financiero desde hace unos meses para iniciar el despliegue de la cadena The Athlete's Foot, especializada en moda y calzado deportivo más urbano. En 2014, los 274 establecimientos vinculados a la compañía generaron una facturación de 250 millones de euros, dos millones más que en el ejercicio anterior.