EQUIPAMIENTO

2015, el año en que Twinner y Sprinter lideraron el avance de la distribución deportiva

Guillermo G. Recio
31 dic 2015 - 14:25

La recuperación del consumo tiene un resultado: la apertura de tiendas. El auge de las ventas se muestra en que el 62% de los encuestados por el Observatorio Cetelem sobre el consumo del 2015 en España ha comprado algún artículo deportivo en los últimos doce meses. Ello supone un aumento de casi 20 puntos respecto a 2014.

Las dos las compañías que han liderado el crecimiento del sector han sido Twinner y Sprinter, que han abierto 53 y 25 nuevos establecimientos, respectivamente. Y no sólo se debe al auge de los productos de moda urbana, que han hecho que grandes cadenas de distribución hayan cerrado un 2015 lleno de inauguraciones.

Del citado informe también se desprende que los consumidores compran el textil y el calzado deportivo en grandes superficies, mientras que los artículos de deportes más caros como el golf se compran en tiendas pequeñas de barrio. Esto es así porque los clientes valoran la asistencia personalizada y recomendación al comprar productos especializados.

La central de compras Twinner ha pasado de tener 310 tiendas al cierre de 2014 hasta las 363 actuales. De todas estas inauguraciones no todas son tiendas nuevas, ya que hay algunas que son puntos de venta ya existentes que se han adherido a la central de compras. Estas cifras no incluyen a Foot on Mars, la enseña de zapatillas urbanas creada por la compañía pasa a abrirse a la ola de las *sneakers*. Con siete nuevos puntos de venta acabará 2015 con el doble del pasado año y se situará en 14 tiendas.

Por su parte, Sprinter contaba con 80 establecimientos el pasado año, mientras que este 2015 ha llegado hasta los 105. Este crecimiento va en la línea de los últimos años, ya que la empresa ilicitana ha sabido aprovechar el pulmón financiero que en 2011 supuso la entrada de JD Sports en su accionariado, y desde entonces ha más que duplicado una red que ese año se situaba en 47 locales.

En paralelo, el grupo británico también ha crecido con establecimientos de marca

propia. En los últimos doce meses ha abierto ocho nuevos locales con el objetivo puesto en Andalucía, donde inauguró tres tiendas. Asimismo, Catalunya también ha tenido un peso importante ya que ha contado con dos aperturas. De esta forma, encaran 2016 con 18 puntos de venta.

Además de la ropa deportiva urbana, si hay un segmento que crece aún más es el pádel. En la *Encuesta de Hábitos Deportivos en España 2015*, realizada por el Instituto Nacional de Estadística, se observa cómo la práctica de este deporte ha duplicado el número de adeptos en los últimos cinco años. A su vez, las palas de pádel están entre los diez artículos deportivos que más españoles tienen en casa.

Estos resultados hacen que las tiendas especializadas en este deporte crezcan a un ritmo superior al del resto. Es el caso de Padel Nuestro, que cerrará 2015 con 31 establecimientos tras haber impulsado su expansión con 16 tiendas durante este año. El auge de este sector es tan destacable que también su competidor, Padelmanía, va en la misma línea de crecimiento. Con once nuevos puntos de venta, esta empresa ha llegado a los 35 establecimientos gracias a la rápida fórmula de crecimiento con franquicias, como también hace su rival.

También a través de este modelo de expansión se abre camino Décimas, que durante este 2015 ha abierto once tiendas para estar entre las cadenas que más establecimientos tiene en España con un total de 316. Esta es la única compañía que no ejerce como central de compras y que figura entre las que más presentes están en territorio español.

Aunque no tiene tantos puntos de venta al tratarse de una gran superficie, Decathlon ha abierto este año una nueva tienda y su red se sitúa en los 133 centros. Sí ha tenido un crecimiento destacable su cadena de distribución especializada en artículos de marca propia, Lot of Colors. Esta firma ha inaugurado ocho establecimientos durante este periodo y se coloca ya en los 20 desde su puesta en marcha en 2013.

Junto a Twinner, las otras marcas que operan bajo el modelo de central de compras son Intersport, Base Detall Sport, Atmósfera Sport, Deportes Cronos y Point Sport. La primera, dirigida por Ignasi Puig, cierra el año con 276 tiendas, tras abrir diez nuevos puntos de venta. El crecimiento de la compañía es de sólo dos locales, ya que durante 2015 ahn cerrado ocho. Además, están pendientes para ser inauguradas cuatro tiendas más entre este final de año y el inicio de 2016.

Atmósfera Sport, por su parte, ha crecido en 14 puntos de venta y ha llegado a los 273 locales, Base Detall Sport prefiere no dar datos sobre sus tiendas abiertas y cerradas

durante este año. Aun así, su balance de 2015 es el mismo que en 2014, ya que cierran el año en 320 tiendas; con una sola apertura hecha pública. Esta empresa también ha aprovechado este periodo para poner en marcha su portal de ventas a través de Internet.

A grandes pasos también crece Deportes Cronos, que ha aumentado en 25 establecimientos su presencia en el territorio. De esta forma, la compañía con sede en Talavera de la Reina (Toledo) ha pasado de los 188 puntos de venta a los 213 locales en este 2015. Sin embargo, Point Sport se ha mantenido con las mismas 146 tiendas que el pasado año.

Otra de las compañías más activas este año ha sido Forum Sport, que ha abierto cuatro nuevos locales en San Sebastián, Azpeitia (Gipuzkoa), Valladolid y Soria con una inversión de 1,8 millones de euros. Al mismo tiempo han reformado diez tiendas repartidas por toda la geografía española. Tanto las reaperturas y los nuevos puntos de venta como la nueva página web forman parte de la hoja de ruta en la implantación del nuevo modelo comercial de la compañía vizcaína, propiedad del grupo de supermercados Eroski, basado en un ambicioso plan de expansión y de mejora de sus puntos de venta *online* y *offline*.

Aunque a pequeño ritmo, también han crecido Sport Zone, ya que ha añadido dos locales más para alcanzar los 34 totales y su propietario, el grupo portugués Sonae, le inyectara 25 millones de euros para enjugar pérdidas y poder afrontar su expansión. Y Foot Locker ha incorporado una tienda a su lista, sin contar la reapertura de su *flagship* en Madrid, y ya cuenta con 54 establecimientos. Point Sport, sin embargo,

De fabricante a vendedor

Los fabricantes han apostado este 2015 para abrir sus primeras tiendas físicas, como es el caso de Grifone, que hasta ahora sólo vendía en su tienda online y en puntos de venta oficiales en El Corte Inglés. Este año representa un punto de inflexión en su negocio, ya que esta empresa con sede en La Seu d'Urgell (Lleida) ha abierto cuatro tiendas, de las cuales una es su *flagship* en el exclusivo barrio barcelonés de Sarriá.

Grandes multinacionales como New Balance han apostado igualmente por Barcelona, ya que ha abierto sus dos nuevas tiendas en esta provincia. Una está ubicada en pleno centro de la ciudad, en Portal del Ángel, mientras que la segunda es un *outlet* que está en el complejo La Roca Village. De esta forma, la compañía, que tiene cedido el negocio ibérico a Alfico, crece en España al contar ya con seis puntos de venta, al que se le suma el abierto en Lisboa.

Asics va en la misma línea que New Balance, ya que ha instalado su *flagship* en Madrid y ha abierto la persiana por partida doble en la capital portuguesa. Gracias al *running*, que es uno de los deportes más crecientes junto al pádel, la compañía japonesa tiene presencia en los dos países con catorce y cinco tiendas respectivamente.

También merece destacar a Adidas, que además de ampliar su tienda del Paseo de Gracia, en Barcelona, ha aprovechado el boom turístico de la ciudad para abrir una tienda oficial del Real Madrid en Las Ramblas. La firma alemana, además, ha inaugurado en Madrid su mayor establecimiento en España, ya que contará con una superficie bruta de unos 1.800 metros cuadrados.

Por otro lado, Munich ha abierto una *pop-up store* en el centro comercial Xanadú, en Madrid, que prevé estar en funcionamiento al menos un año. Durante este año también ha inaugurado su *outlet* en La Roca Village y cuenta con 13 establecimientos en España tras el cierre de uno de los locales que tenía la compañía en Valencia.

Bicis y otros especialistas

El sector del ciclismo se ha mantenido estable durante este 2015. Mientras Vadebicis ha abierto un establecimiento para llegar a los nueve, Giro180 ha cerrado tres y ha inaugurado uno, por lo que su cifra total ha caído de los 50 de 2014 a los 48 de este año. En cuanto a Orbea, ha abierto un gran centro en Barcelona, de 800 metros cuadrados, en el que cuenta con un museo con productos de la histórica empresa vasca, una cafetería, sala de formación, polivalente para realizar todo tipo de actos y otra de *fitting*.

En el ámbito del fútbol, Soloporteros ha abierto un nuevo local para llegar a la docena de establecimientos, de las cuales siete son propias y las cinco restantes son franquicias. Además, la compañía estudia llevar su red de tiendas a Francia e Inglaterra, además de seguir creciendo en España.