

EQUIPAMIENTO

Intersport refuerza su red de tiendas en Mallorca y Barcelona tras crecer un 2,3% hasta junio

El grupo distribuidor de artículos deportivos, que cerró el primer semestre con una facturación de 58,6 millones de euros, inaugurará un nuevo establecimiento en Sabadell en 2019, mientras que la expansión balear está prevista para 2020.

Álvaro Carretero
29 jul 2019 - 05:00



Intersport continúa ampliando su red de tiendas. El grupo de distribución de artículos deportivos cerró el primer semestre con un alza en las ventas del 2,3%, hasta 58,6 millones de euros y prevé reforzarse con nuevos establecimientos en la segunda mitad de 2019. Concretamente, abrirá en el centro comercial Padock de Sabadell (Barcelona) y prepara otra inauguración en Mallorca en 2020 mientras prosigue la búsqueda de socios comerciales.

“Estamos en conversaciones con otros socios, pero ninguna operación está cerrada”, señala a *Palco23* Ignasi Puig, consejero delegado de Intersport España. En el caso de la tienda de Sabadell, la central de compras ya había tenido una tienda en las

inmediaciones de este centro comercial, mientras que en Mallorca cuenta con otros tres locales asociados.

El esfuerzo por expandir su red comercial también tuvo rédito entre enero y junio, meses en los que abrieron hasta cuatro puntos de venta en Santa Cruz de Tenerife, San Javier (Murcia), Melilla y Las Palmas de Gran Canaria. En total, y teniendo en cuenta los dos nuevos proyectos, su red alcanza ya 330 puntos de venta.

Intersport cuenta con 330 puntos de venta en España tras las últimas aperturas de 2019

El modelo de negocio de Intersport se basa en licenciarios que operan bajo el rótulo de la compañía, por lo que las aperturas “casi siempre vienen de su mano”, explica Puig. Una estrategia que seguirá marcando la evolución del retail a corto y medio plazo, ya que “la segmentación y la velocidad a la que cambia el sector hace que nadie sea lo suficientemente importante como para manejar cuotas de mercado tan amplias”, señala.

De hecho, a cierre de 2018 el 70% de las ventas del grupo a nivel global ya procedían de sus socios. En la filial española la tendencia fue menos acusada, ya que la central aporta el 44% de la facturación; de mantener esa línea de crecimiento, en 2019 se situaría por encima de 293 millones de euros, de los que en torno al 45% provienen de las tiendas propias.

Para adaptarse a dichas exigencias y reforzar la estrategia omnicanal, Intersport prevé “abrir la posibilidad de recogida y devolución en tienda de las compras realizadas online en 160 tiendas”, afirma el directivo. Asimismo, se implantarán *tablets* “para que todas tengan acceso al catálogo online”, avanza.

El grupo está en pleno proceso de integración omnicanal, que espera culminar en 160 tiendas antes de acabar el año

En paralelo también discurre el proyecto en Portugal, territorio en el que espera entrar a partir de 2020

, tal y como aseguró Puig a este diario. La operación estará gestionada por la filial española, que pasará a abarcar toda la Península Ibérica. En los próximos meses se lanzará un portal web en portugués para comenzar a adentrarse en este mercado y, en función del rendimiento que obtengan a través del ecommerce “decidiremos si entrar con un socio o dar el salto de forma directa”, explicó el directivo.

Intersport tiene presencia en 44 países y una red de 5.562 tiendas. A nivel global elevó sus ventas un 0,7%, hasta 11.600 millones de euros. Por su parte, la rama *lifestyle* The Athlete’s Foot tuvo un impulso positivo en 2018, con un crecimiento del 9,4% en la facturación, hasta 363 millones de euros.