Modaes

Empresa

Decathlon y Sports Direct ‘esprintan’ para conquistar el podio de la distribución deportiva

La francesa Decathlon pasó de facturar 4.472 millones de euros en 2009 a alcanzar los 10.000 en 2016. Sports Direct, por su parte, facturó 2.904 millones de libras esterlinas (3.420 millones de euros) el año pasado, más del doble que las ventas anotadas en 2007. Foot Locker e Intersport siguen creciendo, aunque a un ritmo mucho más lento.

Lorenzo Molina
20 feb 2017 - 04:18

La guerra entre los grandes distribuidores del deporte tiene dos claros protagonistas: **Decathlon** y **Sports Direct**. Tanto el grupo francés como la compañía británica han disparado sus ventas alrededor de un 150% en los últimos ocho años. Ambos grupos también han logrado duplicar el tamaño de su red comercial, que consta en la actualidad de 1.176 y 816 puntos de venta, respectivamente. Sus competidores inmediatos, **Intersport** y **Foot Locker,** también han registrado un crecimiento robusto,

https://www.modaes.com/empresa/decathlon-y-sports-direct-esprintan-para-conquistar-el-podio-de-la-distribucion-deportiva

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.

si bien algo más modesto: más del 25% desde 2008.

Decathlon cerró 2016 con una facturación de 10.000 millones de euros en ventas. La empresa francesa ha acortado enormemente su distancia respecto a la central de compras **Intersport**, que facturó 11.300 millones de euros en 2015. En 2008, el grupo suizo facturaba un 44% más que su competidor galo, 8.900 millones de euros frente a los 4.967 millones de euros de **Decathlon**.

El crecimiento de la facturación experimentado por **Decathlon** ha sido ininterrumpido en los últimos diez años. La empresa ha mantenido tasas de crecimiento interanuales de entre el 8% y el 11% durante el periodo analizado. La buena racha solamente se truncó en 2013, cuando el grupo elevó su facturación un 5,7%, hasta 7.400 millones de euros.

Decathlon ha logrado acortar enormemente su distancia respecto a la central de compras Intersport, que facturó 11.300 millones de euros el año pasado

La evolución de **Sports Direct**, en cambio, ha sido más desigual que la del grupo galo. Tras disminuir sus ventas un 9% en 2008, la compañía británica revertió su situación en 2009 y disparó su cifra de negocio un 28%, para volver a caer un 18% al año siguiente.

Después, **Sports Direct** registró un punto de inflexión en su desarrollo, puesto que el grupo inició un periodo de cuatro años de ascensos a doble dígito: la firma aumentó sus ventas un 11,36% en 2011; 45,65% en 2012; 21% en 2013 y 23,8% en 2014. En los dos años siguientes, **Sports Direct** bajó considerablemente el ritmo, creciendo un 4,7% y 2,5%, respectivamente. La cifra de negocio del grupo fue de 2904 millones de libras esterlinas (3.420 millones de euros) en 2016.

Intersport, que mantuvo sus ventas más de 1.000 millones de euros por encima de **Decathlon**

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.

en 2016, ha aumentado su negocio año tras año desde 2008. La empresa únicamente redujo volumen de ventas en 2011, con una modesta caída del 2%. Sin embargo, el ritmo de crecimiento de la compañía fue mucho más moderado entre 2009 y 2016 que el de **Decathlon** o **Sports Direct**: la empresa aumentó su facturación un 25%, hasta 11.300 millones de euros. En los últimos años, el grupo ha ralentizado su crecimiento, pasando de un alza del 5% en 2014 a solo un 2,5% en 2015.

La facturación entre 2006 y 2015 de **Foot Locker** se elevó un 29%, pasando de 5.750 millones de dólares (5.438 millones de euros) a 7.412 millones de dólares (7.010 millones de euros). Los tres primeros años del periodo analizado, coincidiendo con el inicio de la crisis financiera mundial, el grupo anotó caídas en sus ventas. En 2010, la empresa logró virar su rumbo e inició una etapa de ascensos ininterrumpida por el momento. Todo ello, con un parque de tiendas que se redujo 617 establecimientos.

El número de tiendas de **Decathlon** y de **Sports Direct** se incrementaron al mismo ritmo que lo hicieron sus ingresos. La firma francesa, que tenía 472 tiendas en 2009, operaba con 1.176 establecimientos en 2016. Su competidor británico pasó de contar con 444 puntos de venta en 2008 a 816 a cierre del ejercicio pasado. **Intersport**, por su parte, solamente añadió 176 establecimientos a su red comercial durante el mismo periodo, operando con 5.500 establecimientos en todo el mundo durante 2016.

Decathlon e **Intersport** no revelan el beneficio neto obtenido en cada ejercicio. En el caso de **Sports Direct**, las ganancias de la compañía pasaron de 77,7 millones de libras esterlinas (91,2 millones de euros) en 2008 a 279 millones de libras esterlinas (327,5 millones de euros) en el ejercicio 2016. Por su parte, **Foot Locker** duplicó su beneficio entre 2006 y 2015, hasta 606 millones de dólares (573 millones de euros).

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.