

Modaes

Empresa

Intersport ultima su entrada en Latinoamérica con la apertura de su primera tienda en Chile

El primer punto de venta de la compañía europea de moda deportiva estará ubicado en el centro comercial Mall Plaza Los Dominicos de Santiago de Chile.

M.Cantini
26 ene 2017 - 00:00



Intersport desembarca en Latinoamérica. La compañía europea especializada en la venta de equipamiento deportivo, subirá la persiana de su *macrotienda* en el centro comercial **Mall Plaza Los Dominicos**, el próximo abril.

Dentro del complejo comercial, el grupo deportivo compartirá espacio con compañías como **H&M**, **Falabella** y **Ripley**. El nuevo establecimiento de **Intersport** contará con una superficie de mil metros cuadrados y reunirá una oferta de productos de *running*, fútbol, *fitness* y multideporte.

En Latinoamérica, el grupo opera en México con su cadena **The Athlete's Foot**

Modaes

donde superó los cien establecimientos en 2015. **Intersport** comercializa productos de **Nike, Adidas, Brooks, Asics, Puma**, entre otros.

El grupo cuenta con una red de distribución de más de 5.400 tiendas en 63 países

Los orígenes del grupo se remontan a 1968, cuando diez grupos del sector se unieron para ganar poder de compra y capacidad de distribución. Los diez países iniciales que dieron vida a **Intersport International Corporation** fueron Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Noruega, Suecia y Suiza.

La compañía ha ido sumando nuevos socios de más países. El primero de ellos fue Finlandia, que se unió en 1970. En 1973 llegó el turno de Canadá y en 1974, de España y Reino Unido, para dar paso, a través de los años, a otros como Italia, Rusia, Emiratos Árabes o China. Las oficinas centrales del grupo se encuentran ubicadas en Suiza.

Intersport cuenta con una red de distribución de más de 5.400 tiendas en 63 países. Desde 2012, el grupo es propietario de la cadena estadounidense **The Athlete's Foot**, con la que cuenta con 400 tiendas en todo mundo.

Según los últimos datos disponibles, Intersport presentó un crecimiento de 5,1% en 2015

El conglomerado deportivo está organizado en tres divisiones. La primera de ellas está dedicada a centralizar el desarrollo de las marcas propias (la empresa cuenta con una oficina de aprovisionamiento en China), así como a la gestión de compras para sus asociados con acuerdos con las marcas. La segunda división centraliza las labores de marketing, retail y licencias y la tercera ofrece servicios de finanzas, tecnología y recursos humanos, entre otros, a sus asociados.

Al cierre de su ejercicio 2015, la compañía alcanzó ventas por un valor de 11.300 millones de euros (12.000 millones de dólares), lo que supuso un crecimiento del 5,1% respecto al año anterior.