

Las cien marcas más rentables de 2011

TS | 22

Un año más, Tradesport publica un rating con las 100 marcas de textil, calzado y material duro que, según este indicador, han sido más rentables para el detallista en el último año.

Para elaborar dicho rating de marcas, Sport Data ha confeccionado seis variables clave del comportamiento de las ventas de las marcas a través del comercio deportivo. Los seis indicadores utilizados para llevar a cabo este ranking son: la cuota de mercado en valor, IEVNP (Índice de Eficiencia de Ventas no Promocionales, que indica el porcentaje total de ventas sin rebajas ni descuentos), el IENP (Índice de Eficiencia No Promocional, que indica el efecto neto positivo de venta no promocional o de descuento), el margen final obtenido sobre las ventas, el IEP (Índice de Eficiencia Promocional, que indica el efecto neto posi-

tivo de venta sobre el margen), y el Índice de margen sobre compras. El valor de la columna rating del cuadro es el resultado sobre cien de la media de estos seis indicadores. Para elaborar la lista no se han tenido en cuenta todas las marcas deportivas sino que sólo se han elegido aquellas marcas con una cuota de mercado en valor superior al 0,05 % (en sell-out).

En cuanto a los resultados, y como podrán comprobar en el cuadro adjunto, la marca Eureda ocupa la primera posición, seguida de adidas, Fred Perry, Havaianas y la española Mosconi. Respecto al año 2010, las variaciones en las 10 primeras posiciones son poco importantes: siete marcas repiten (Eureda, Fred Perry, adidas, Mosconi, Nixon, Nike y Skechers) y se cuelan en el ranking Havaianas, Franklin y Eastpak.

Respecto a las marcas españolas, este año sólo dos se "cuelan" en el Top 10. Eureda, como marca más rentable, y Mosconi -5ª-, mientras que otras tres (BH, BUFF y Nico Bocco consiguen colocarse en el Top 25).

Con este indicador, Tradesport quiere ofrecer a sus lectores, y principalmente a todo el comercio deportivo, una referencia de las 100 marcas que en el año 2009 tuvieron un mejor comportamiento en el cada vez más complejo sector de artículos deportivos.

Para elaborar la lista de las 100 marcas con mayor rentabilidad sólo se han tenido en cuenta aquellas marcas con una cuota de mercado en valor superior al 0,05 % (en sell-out)

RANKING 2011

	Marca	Rating	IENP		Marca	Rating	IENP
1ª	EUREDA	70,28%	98,01%	16ª	BUFF	62,60%	93,43%
2ª	ADIDAS	69,71%	85,57%	17ª	ELEMENT	62,14%	89,56%
3ª	FRED PERRY	69,70%	95,75%	18ª	SPEEDO	62,06%	91,86%
4ª	HAVAIANAS	67,52%	94,54%	19ª	LOST	61,95%	90,83%
5ª	MOSCONI	66,88%	94,99%	20ª	DC SHOES	61,88%	87,11%
6ª	NIXON	66,77%	96,58%	21ª	FERRINO	61,77%	93,70%
7ª	FRANKLIN	65,48%	92,52%	22ª	DAKINE	61,43%	90,26%
8ª	NIKE	65,13%	84,06%	23ª	ECKO UNLTD.	61,32%	90,00%
9ª	EASTPAK	65,01%	96,74%	24ª	NICO BOCO	60,96%	89,57%
10ª	SKECHERS	63,74%	93,35%	25ª	REGATTA	60,82%	86,16%
11ª	LE COQ SPORTIF	63,51%	90,97%	26ª	BLEND	60,73%	80,29%
12ª	VANS	62,70%	89,54%	27ª	NEW BALANCE	60,65%	92,54%
13ª	AQUA SPHERE	62,66%	93,26%	28ª	RIDER	60,64%	91,66%
14ª	X-SOCKS	62,64%	92,55%	29ª	CAMP	60,53%	95,80%
15ª	BH	62,62%	97,51%	30ª	MATIX	60,48%	85,43%