



Las cien marcas más rentables de 2012

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. Un año en el que se ha dejado notar la crisis, con una caída de 7 puntos en el margen medio (la caída más fuerte desde que, en 2004, pusimos en marcha este ranking de rentabilidad).

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 positivo 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 adidas ocupa la primera posición, seguida de Eureda, Vans, Nixon y Hunter. Respecto al año 2011, las variaciones en las 10 primeras posiciones son poco importantes: seis marcas repiten (adidas, Eureda, Nixon, Fred Perry, Nike y Havaianas) y se cuelan en el ranking Vans,

Hunter, Superga y Kawasaki. Respecto a las marcas españolas, sólo Eureda consigue situarse en el Top 10, mientras que otras tres (Buff, Gamo, Altus y Happy Dance) 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 2012

	Marca	Rating	IENP		Marca	Rating	IENP
1ª	ADIDAS	67,40%	83,96%	16ª	FERRINO	60,91%	92,34%
2ª	EUREDA	66,97%	97,58%	17ª	FRANKLIN	60,89%	87,78%
3ª	VANS	66,62%	93,07%	18ª	GAMO	60,89%	96,22%
4ª	NIXON	65,31%	95,31%	19ª	TIMBERLAND	60,86%	89,61%
5ª	HUNTER	65,05%	92,99%	20ª	DEUTER	60,43%	92,37%
6ª	FRED PERRY	64,83%	91,47%	21ª	ALTUS	60,04%	89,57%
7ª	SUPERGA	64,68%	92,84%	22ª	POWER BAR	59,85%	95,94%
8ª	NIKE	64,65%	83,88%	23ª	SPECIALIZED	59,82%	93,49%
9ª	KAWASAKI	64,57%	93,60%	24ª	SPEEDO	59,79%	89,83%
10ª	HAVAIANAS	64,15%	92,90%	25ª	HAPPY DANCE	59,70%	89,76%
11ª	BUFF	63,23%	92,51%	26ª	DC SHOES	59,56%	85,61%
12ª	LE COQ SPORTIF	62,90%	93,09%	27ª	IPANEMA	59,49%	88,78%
13ª	CAMP	61,54%	94,45%	28ª	SONTRESS	58,73%	89,88%
14ª	NEW BALANCE	61,48%	91,69%	29ª	CARHARTT	58,66%	84,92%
15ª	AQUA SPHERE	61,03%	91,72%	30ª	CONVERSE	58,57%	89,64%