
Modaes

Empresa

Decathlon se instala en el centro de las urbes latinoamericanas con una apertura en São Paulo

La compañía francesa comienza a replicar en Latinoamérica la estrategia de expansión que está utilizando en Europa, que consiste en la apertura de puntos de venta en el centro de las ciudades.

Modaes
7 jun 2018 - 00:00

Decathlon se instala en el corazón de las urbes latinoamericanas con una apertura en S

Image not found or type unknown

Decathlon apuesta por el formato urbano. **La firma francesa de moda y equipamiento deportivo ha abierto una tienda en pleno corazón de São Paulo**, replicando el modelo de expansión que actualmente desarrolla en Europa, con la finalidad de acercarse más al usuario. De este modo, el grupo ya cuenta con 25 establecimientos en Brasil.

En el marco de esta estrategia, **la compañía ha puesto en marcha un punto de venta de 2.500 metros cuadrados en el centro comercial Top Center Shopping**, en la avenida Paulista. El complejo se encuentra situado entre Trianon-Masp y Brigadier, dos de las estaciones de metro más concurridas de la ciudad, según *Época Negócios*.

Con esta tienda, Decathlon ha dado un paso estratégico dentro de Brasil, ya que ha plantado su bandera en el corazón mismo de la ciudad. En São Paulo, por ejemplo, la empresa contaba sólo con cinco puntos de venta localizados en centros comerciales, a los cuales se accede prioritariamente con vehículos.

Decathlon realiza un plan de expansión en Latinoamérica, ya que desembarcó en Chile y crece en México y Brasil

En cambio, con el desembarco en la avenida Paulista, Decathlon gana contacto directo con millones de clientes que pasan por allí todos los días, a pie, en bicicleta y en transporte público. La tienda, en la que trabajan 55 personas, también operará como un laboratorio para probar nuevas estrategias de venta de sus 23 marcas propias.

Así, el gigante francés de moda y equipamiento deportivo continúa su crecimiento en Brasil, pero también en Latinoamérica, ya que desembarcó en abril en Chile, que se convirtió en el cuarto mercado de Decathlon en la región.

La empresa, además, ha apretado el acelerador en México, donde última la apertura de tres puntos de venta, con lo que contará con una red comercial de siete tiendas en el país, en el que está presente desde 2016.

La cifra de negocio de Decathlon en 2017 alcanzó 11.000 millones de euros (13.727,8 millones de dólares), frente a los 10.000 millones registrados en el año anterior. La facturación del grupo en el extranjero, por su parte, creció a un mayor ritmo, anotando un ascenso del 13,4%, hasta 7.600 millones de euros (9.484,6 millones de dólares).