

Empresa

Decathlon toma impulso en Colombia: entra en números negros en su segundo año en el país

El gigante francés de moda deportiva, que desembarcó en el mercado colombiano en 2017, cerró el ejercicio 2018 con un beneficio de 109,2 millones de pesos (34.647 dólares), mientras que sus ventas se dispararon un 54%.

María Bertero
28 may 2019 - 00:00



Decathlon hace rentable su negocio en Colombia. Dos años después de su desembarco en el país cafetero, el gigante francés de moda y equipamiento deportivo **entró en números negros con un beneficio de 109,2 millones de pesos colombianos (34.647 dólares).**

La cifra contrasta con las pérdidas de 614,1 millones de pesos (194.685 dólares) que anotó la compañía en 2017 en el país, según el último reporte publicado por la

Superintendencia Financiera de Colombia.

Además de ganar rentabilidad, Decathlon también impulsó sus ventas a doble dígito en el último ejercicio. **En 2018, la compañía francesa facturó 86.365,3 millones de pesos (27,3 millones de dólares), un 54% más que en el año anterior.**

En su primer año en Colombia, Decathlon anotó unas pérdidas de 614,1 millones de pesos (194.685 dólares)

Decathlon desembarcó en el mercado colombiano a mediados de 2017, cuando subió la persiana de su primer establecimiento, ubicado en las cercanías del centro comercial Parque la Colina, en Bogotá. El país cafetero se convirtió en el tercer mercado latinoamericano en el que el grupo tenga presencia, ya que para ese entonces sólo operaba en Brasil y México.

Actualmente, **Decathlon cuenta con cinco establecimientos en Colombia**, dos en Bogotá, uno en Barranquilla y otro en Envigado, a las afueras de Medellín. La semana pasada, la compañía ganó posiciones en el país al abrir su primera tienda en Cali, con la que alcanzó los seis puntos de venta en el mercado colombiano.

La tienda de Medellín, ubicada en el centro comercial Viva Envigado, es la mayor que el grupo francés tiene en Colombia. El establecimiento de 4.000 metros cuadrados abrió sus puertas el pasado octubre. Los planes de la compañía pasan por abrir otros tres puntos de venta en el área metropolitana de la capital antioqueña en el mediano plazo.

Decathlon opera en casi cien mercados internacionales, cuatro de ellos son latinoamericanos

Además de Colombia, Decathlon está presente en otros tres mercados de Latinoamérica. La compañía inició en Brasil su desembarco en la región, que se posiciona actualmente como su mayor mercado por número de tiendas. Le sigue México, que

Modaes

también fue el segundo país latinoamericano en el gigante de la moda deportiva inició sus operaciones.

En 2018, Decathlon desembarcó en Chile, que se ha convertido en otro mercado estratégico para la compañía francesa. Apenas unos meses más tarde de su entrada en el país andino, **el grupo anunció la apertura de un centro de distribución en Santiago para dar servicio a su negocio en el mercado chileno, que actualmente se aprovisiona desde Colombia.**

Además, Decathlon anticipó que sus planes en Chile contemplan poner en marcha hasta veinte establecimientos. Para ello, la compañía ha comenzado a apuntalar su estructura en el país, que contempla formar un directorio corporativo sólo para el mercado chileno.

A pesar de la buena racha del grupo en Colombia, **Decathlon facturó 11.300 millones de euros (12.759,2 millones de dólares) en 2018 en todo el mundo, su menor ritmo de crecimiento de la última década.** El beneficio de la compañía, que está presente en casi cien países, se situó en 497 millones de euros (561 millones de dólares), lo que representó un descenso del 19% respecto al ejercicio anterior.