

Empresa

Decathlon vuelve a la senda del crecimiento en España: alza del 2,9% en 2019

La empresa facturó 1.952 millones de euros en el mercado español, incluyendo el IVA. Las ventas online de la empresa se elevaron un 17%.

Modaes
29 jun 2020 - 12:11



Decathlon vuelve a retomar la senda del crecimiento en España justo antes del estallido del coronavirus. El grupo galo de distribución de moda y equipamiento deportivo ha cerrado el ejercicio 2019 con un crecimiento del 2,9% en el mercado español, frente a la caída del 3% registrada en 2018.

“Teniendo en cuenta los resultados habituales, **2018 no estuvo a la altura de las expectativas**”, reconoció Javier López, director general de Decathlon España, en un comunicado. “En 2019 aprendimos de nuestros errores”, añadió. La caída registrada en 2018 fue la primera en siete años del grupo en España.

En 2019, **Decathlon facturó 1.952 millones de euros en el mercado español**, incluyendo

el IVA. La empresa, que no comunica sus ingresos sin IVA, cerró 2018 con una facturación de 1.660 millones.

El país copa así el 13% de la facturación global del grupo y se sitúa como el segundo más importante para Decathlon, sólo por detrás de su mercado local, Francia.

Uno de los motores del crecimiento de Decathlon en 2019 ha sido el ecommerce.

Las ventas digitales de la empresa crecieron un 17% en España el año pasado, alcanzando 136 millones de euros.

Decathlon destaca la “fuerte demanda” registrada durante la crisis del coronavirus

El grupo cerró el último ejercicio con 171 tiendas en España, tras llevar a cabo seis aperturas, cuatro reubicaciones, una ampliación y cinco cierres. Además, la empresa abrió un centro de distribución en León que presta servicio a casi cuarenta tiendas del norte de España y cuenta con capacidad para distribuir más de 25 millones de artículos al año.

Durante el último ejercicio, **la empresa finalizó la implantación de la tecnología de identificación por radiofrecuencia (Rfid)** en todos sus productos y puntos de cobro de sus tiendas. Según la compañía, este sistema le ha permitido “ganar en eficiencia para invertir el tiempo en un asesoramiento más personalizado”.

Además, **Decathlon puso en marcha en 2019 un servicio de entrega de pedidos online** en el mismo día, un sistema implantado ya en más de cien tiendas de la empresa. Otra de las iniciativas de Decathlon en 2019 fue la compra del ecommerce francés de *running*, ciclismo y deportes al aire libre Alltricks.

La empresa no ha precisado la evolución de las ventas durante la pandemia del coronavirus, aunque ha destacado que ha habido una “fuerte demanda” que ha impedido en ocasiones cumplir con los plazos de entrega online.