EQUIPAMIENTO

Decathlon dispara sus ventas un 10,6% en 2014, hasta los 8.200 millones, gracias a China y España

Palco23

2 abr 2015 - 13:29

Decathlon ha logrado el objetivo que perseguía con su política de bajar precios. El grupo francés de distribución de moda deportiva disparó sus ventas un 10,6% en 2014, hasta los 8.200 millones de euros, después de recortar un 10% de media el valor de 769 artículos. Otra de las claves ha sido la apertura de tiendas, que se ha centrado especialmente en China y España. A superficie constante, el alza de la facturación fue del 6%.

La compañía cerró el año con la apertura de trece establecimientos en el mercado español, el mayor incremento de entre todos los países de Europa. Además, en España ya se está preparando la infraestructura logística para seguir creciendo: en un año estará listo un nuevo centro logístico que fusionará los dos existentes en Martorell y Vilafranca del Penedès (Barcelona) para servir producto en esta comunidad autónoma y en la Comunidad Valenciana. El objetivo pasa por elevar la capacidad para artículos de 50 millones a 75 millones de prendas por año, entre stock y mercancía en tránsito.

En total, Decathlon culminó 2014 con 844 establecimientos, tras acometer 103 aperturas. Casi un tercio de los nuevos puntos de venta (32) se abrieron en China, un mercado en el que ahora ya tiene 115 locales, según publica hoy el rotativo francés *Les Echós*. En otros mercados emergentes, como Rusia e India, se levantó la persiana en ocho y diez locales, respectivamente.

El mercado francés representa todavía el 39,5% de la cifra de negocio del gigante de la distribución. En el último año, Decathlon ha crecido en su mercado local un 4,3% en valor absoluto y un 3,5% en superficie comparable. En el resto del mundo, España es el segundo mercado con 128 establecimientos, por delante de Italia (100) y muy por encima de otros países como Polonia (44) o Portugal (24).