

EQUIPAMIENTO

Decathlon se apoya en Francia para retomar el pulso y factura 12.400 millones en 2019

El grupo francés de distribución de artículos deportivos aumentó sus ventas globales un 9% y regresó a la senda del crecimiento en su principal mercado, donde sus ingresos habían caído un 5% el año anterior.

Palco23
19 feb 2020 - 19:26



Decathlon pone fin a uno de sus años más complicados a nivel internacional. El gigante francés de la distribución de artículos deportivos ha cerrado 2019 con una facturación de 12.400 millones de euros, un 9% más que el año anterior. El crecimiento se deriva de la recuperación de su principal mercado, el francés, donde el año pasado sus ventas cayeron un 5%.

Este año, los ingresos de Decathlon en Francia experimentaron un alza del 3%, aunque la compañía gala no especifica cuánto aporta la matriz al grupo. El inesperado retroceso en el ejercicio fiscal de 2018 condicionó los resultados a nivel global, que crecieron al menor ritmo de toda la década

y, por primera vez, lo hicieron por debajo de los dobles dígitos (+5%).

“En vistas del rendimiento actual, podemos considerar que 2018 fue decepcionante en términos de facturación, pero este año nos hemos mantenido fieles a construir nuestra filosofía sobre la innovación y a corregir algunos de los errores que apreciamos”, señala la compañía en su presentación de resultados. “Queda mucho por hacer, pero el horizonte ha vuelto a despejarse”, añade el grupo.

Decathlon ha cerrado 2019 con una facturación de 12.400 millones de euros, un 9% más que el año anterior

Actualmente, Decathlon está presente en 69 países de todo el mundo, nueve más que hace un año, tras sellar su entrada en mercados como Estados Unidos, Argelia, Vietnam, Malta, Japón, Corea del Sur o Ucrania. La compañía, sin embargo, no ha especificado el número de tiendas totales a nivel internacional, aunque sí el número de empleados, que ha pasado de 87.000 personas a 93.000 trabajadores.

Asimismo, Decathlon invirtió 534 millones de euros entre todos sus proyectos, entre los que se encuentran tanto las aperturas de tiendas, como las operaciones corporativas. Entre estas se encuentra la adquisición de Alltricks y de e-Liberty, a través de la que se creó la plataforma Decathlon.ski en Francia para comenzar a gestionar las reservas en el sector de la nieve.

A falta de conocer los resultados económicos de España en 2019, la filial ibérica redujo un 3% sus ventas en el mercado español en el ejercicio 2018 registrando una cifra de negocio de 1.559 millones de euros. Se trata de la primera caída de los ingresos del grupo en el país en siete años. La empresa hundió también su beneficio neto en España un 19%, pasando de 120 millones de euros en 2017 a 96,6 millones de euros en 2018.