

EQUIPAMIENTO

Decathlon se refuerza en Valencia y sube la persiana de su concepto City en el centro de la ciudad

La compañía francesa, que acaba de abrir en el número 15 de la calle Jorge Juan, suma ya veinte establecimientos en la Comunidad Valenciana.

Palco23
21 jun 2019 - 12:23



Decathlon se refuerza en Valencia. La compañía francesa acaba de abrir su primer establecimiento City en el centro de la ciudad alcanzando los veinte establecimientos en la Comunidad Valenciana y los nueve en esta provincia.

En concreto, la empresa ha abierto en el número 15 de la calle Jorge Juan en un espacio de cuatrocientos metros cuadrados de superficie donde antes se ubicaba un Zara Home. El local, en el que trabajarán once personas, está destinado íntegramente a la exposición y venta de material deportivo que incluye hasta 110 disciplinas deportivas desde deportes de agua y de montaña a *fitness* y el *running*.

Como novedad, la tienda valenciana permitirá que si un cliente no encuentra un

producto determinado, el cliente podrá pasarlo a recogerlo por la tarde si el producto se ha solicitado durante la mañana del mismo día, dentro de la estrategia de agilizar los procesos de distribución que la compañía planea implantar en todas sus tiendas antes de final de año.

Decathlon pretende implantar el sistema de reparto en dos horas antes de que acabe el año tras testarlo en Madrid y Barcelona

El grupo ofrece la posibilidad de entregar los productos en el domicilio del cliente en dos horas desde que se ha hecho el pedido, así como en franjas de dos horas si el pedido se ha realizado por el canal online en horario de lunes a sábado. Decathlon permite también recoger algún pedido a través de del servicio de taquillas inteligentes que tiene distribuidas por sus 3.000 puntos de recogida.

El gigante francés 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 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.