

Colombia: Decathlon fortalece su expansión con nuevos locales

La marca francesa de artículos deportivos Decathlon ya tiene 8 tiendas en Colombia y una bodega de 23.000 metros cuadrados en Cartagena.

Decathlon, tienda francesa de artículos deportivos, continúa con sus planes de expansión en Colombia, con una inversión por encima de los US \$ 30 millones de dólares.

Recientemente, la cadena especializada abrió en el [centro comercial Arkadia](#) y en el shopping center Fontanar, además tiene planos de apertura en el eje cafetero y en Bucaramanga.



“Vemos que con la reapertura de la actividad económica en septiembre y del turismo, los clientes tienen planes para

viajar y para hacer deporte. Están comprando muchos productos relacionados con deportes náuticos, vestidos de baño, kayak, senderismo, bicicletas, etc. ”, sostuvo el ejecutivo español Borja Sánchez, nuevo CEO de Decathlon Colombia, al medio colombiano Portafolio.

En total la inversión en los ocho almacenes, una tienda ‘fantasma’ que despacha las compras que se realizan por internet y una bodega de 23.000 metros cuadrados en Cartagena, desde donde se surte de mercancía a las tiendas en Colombia y se despacha hacia México, Chile y Estados Unidos, asciende a más de 30 millones de dólares.



Asimismo, Decathlon y todo su equipo, han ido habilitando de manera progresiva métodos de venta por WhatsApp, ‘pick up and go’, ‘clic y recoge’, acompañamiento al usuario en compras a través de la página web o en la tienda física, y comodidad y seguridad para quienes visitan sus tiendas físicas.

El directivo ha explicado que en un país como [Colombia](#) cada vez hay más oportunidades, momentos e infraestructuras donde las personas pueden practicar algún deporte.

“Estamos convencidos de que, a través de nuestra empresa, hacemos más accesibles el deporte a muchas personas ofreciendo productos de buena calidad, útiles y sencillos de usar”, comentó Sánchez.

Finalmente, recordó que cuando comenzó la cuarentena en Colombia, se disparó las ventas online, y los equipos de tiendas físicas y comercio electrónico, se unieron para poder responder a la demanda del shopper colombiano.