

Decathlon invita a sus clientes a prolongar la vida útil de sus productos a través de la recompra de material deportivo

14 noviembre 23



- La compañía busca evolucionar hacia un crecimiento regenerativo, siendo la economía de uso una de sus grandes apuestas al fomentar un modelo de negocio con un menor impacto en el medioambiente.
- Decathlon ha multiplicado por cinco la cifra de recompra de material deportivo respecto al mismo periodo del año anterior, siendo las

bicicletas los productos que más venden los clientes a la compañía.

- **“Debemos de concebir la economía circular como un reto y como una gran oportunidad para todos: para el planeta, para los clientes y para las empresas”, afirma Adrián Hervella, director de Economía Circular de Decathlon España.**

Madrid, 08 de noviembre de 2023. - [Decathlon](#), en su apuesta por un modelo de negocio con un menor impacto en el medioambiente, ofrece a sus clientes la posibilidad de alargar la vida útil de sus productos a través de la recompra de material deportivo en buen estado, independientemente de la marca a la que pertenezcan.

El procedimiento es muy sencillo: el cliente tan solo tiene que registrar su producto en la [web](#) y rellenar un cuestionario con el que obtendrá una estimación de precio de recompra para, posteriormente, llevarlo de manera física a su tienda más cercana. O bien, puede realizar todo el procedimiento directamente en su establecimiento habitual donde los equipos técnicos especialistas revisarán el producto y entregarán el importe, de manera inmediata, mediante una tarjeta regalo de Decathlon.



Entre los productos más comprados a los clientes por parte de la compañía se encuentran las bicicletas, las máquinas de fitness, los patinetes, las palas de pádel y tiendas de campaña. En concreto, la compra de bicicletas infantiles representa más de la mitad del total de la cifra en este tipo de transacciones. Y es que los niños y niñas entre los 3 y los 6 años crecen, de media, seis centímetros por año. De esta forma, las bicicletas tienden a quedarse obsoletas con más rapidez que otro tipo de productos.

En la última década no ha parado de crecer el número de personas que compran o venden artículos de segunda mano. De hecho, según el estudio 'La Red del Cambio', elaborado por Wallapop de la mano de Kantar, actualmente el 71% de los españoles espera comprar más productos reutilizados que nuevos en los próximos tres años. En esta línea, Decathlon ha multiplicado por cinco las recompras respecto al mismo periodo del año anterior, lo que refleja un cambio en el comportamiento de los consumidores.

“Si las empresas queremos seguir creciendo de forma sostenida en el tiempo debemos dejar de creer que el planeta es un almacén infinito e inagotable de recursos. Debemos de concebir la economía circular como un reto y como una gran oportunidad para todos: para el planeta, para los clientes y para las empresas”, afirma Adrián Hervella, director de Economía Circular de Decathlon España.

Uno de los grandes desafíos para Decathlon es evolucionar hacia un crecimiento regenerativo, siendo la economía de uso -con sus servicios de compra-venta, reparación y mantenimiento, así como el alquiler de productos- una sus grandes apuestas al fomentar un modelo de negocio con un menor impacto en el medioambiente.

Para más información sobre las iniciativas de economía de uso pincha [aquí](#).