

Nota de Prensa

30 junio, 2026

Resultados ejercicio 2025 Decathlon España

Decathlon España crece un 8,1%, alcanzando los 2.342 millones de euros en ventas brutas (GMV) y eleva su beneficio neto un 17,3%

- La compañía invierte más de 40 millones de euros en modernizar su red de tiendas y desplegar tecnología clave para mejorar la experiencia del cliente.
- Decathlon reduce el precio de más de 1.000 productos de su catálogo permanente para garantizar la accesibilidad del deporte.
- Las ventas digitales experimentan un sólido avance impulsado por un crecimiento del 45% en el Marketplace y las ventas circulares aumentan un 25%, consolidando una tendencia de evolución sostenida.
- La marca ha distribuido más de 50 millones de euros entre sus más de 11.000 colaboradores en concepto de primas, bonus, beneficios y formación.

[Decathlon](#), la marca multideporte mundial, ha consolidado su liderazgo en el mercado español al cerrar el ejercicio 2025 con un fuerte impulso en su negocio. La compañía alcanzó un volumen de ventas brutas (GMV) de **2.342 millones de euros**, lo que supone un destacado incremento del **8,1%** respecto al año anterior.

Como resultado de la mejora de la rentabilidad, la compañía registró un EBITDA de **148 millones de euros**, marcando un **crecimiento del 29,56%**. En paralelo, la cifra de negocio neta ascendió a **1.990 millones de euros** (+7,19 %), mientras que el beneficio neto experimentó un impulso del **17,37%**, situándose en los **84 millones de euros**. Gracias a este sólido desempeño, la filial española refuerza su posición como un país clave y altamente estratégico, situándose como el segundo mercado del Grupo y aportando ya el **11,2% de las ventas netas a nivel global**, lo que supone un crecimiento de 0,3 puntos respecto al año 2024.

En lo que respecta a contribuciones tributarias, en concepto de impuesto de sociedades y cotizaciones a la Seguridad Social, la compañía abonó más de **121,7 millones de euros**.

Para acompañar y sostener este ritmo de crecimiento, Decathlon ha ejecutado en 2025 una inversión estratégica de **40 millones de euros**. Este esfuerzo financiero, que da continuidad a los planes iniciados en 2024, se ha destinado a tres pilares fundamentales: la modernización de su parque de tiendas, la implantación de la nueva identidad de marca y la incorporación de mejoras tecnológicas para los clientes.

En este último ejercicio, Decathlon ha mantenido una firme apuesta por la optimización de su red comercial, cerrando el año con **176 tiendas** operativas en España, tras inaugurar cinco nuevos establecimientos (Adeje, Valencia, Madrid, Murcia y Palma de Mallorca), la esperada reapertura de su establecimiento en Alfajar y un proyecto de ampliación en Granada. Como reflejo del éxito de esta estrategia, las ventas en tienda han registrado un crecimiento del **8,60%**.

Además, la compañía ha reducido el precio de más de **1.000 productos** de su oferta permanente —una **bajada cercana al 1%**—, reforzando así su compromiso con la accesibilidad del deporte.

En el entorno digital, las ventas *online* continúan demostrando su relevancia, aportando el **15,1%** de las ventas totales de la empresa. Dentro de este ecosistema, destaca especialmente el comportamiento del canal *Marketplace*, que ha experimentado un crecimiento interanual del **45%**.

El compromiso de Decathlon con la sostenibilidad y los nuevos modelos de consumo se refleja también en sus resultados. Las **ventas circulares** ya representan el **3%** del de la facturación total, tras un crecimiento de un **25 %**, consolidándose como una estrategia cada vez más relevante del negocio.

Los equipos y su desarrollo siguen siendo el núcleo principal de la estrategia de Decathlon. Durante el pasado ejercicio, la compañía contó con una plantilla de **11.298 colaboradores**, entre los cuales se distribuyeron **más de 50 millones de euros en concepto de primas, bonus, reparto de beneficios y formaciones**.

"En Decathlon tenemos la convicción de que el deporte es un motor fundamental para construir una sociedad mejor y más saludable. Gracias al compromiso de nuestros equipos, en 2025 hemos acelerado nuestra transformación mediante el despliegue de la nueva identidad de marca y la modernización de la experiencia en nuestras tiendas. Además, hemos ampliado nuestra oferta deportiva llegando a todos los niveles de práctica, consolidando nuestro compromiso con la accesibilidad y dando un impulso decisivo a la circularidad. Sobre esta base, los primeros meses de 2026 mantienen una evolución positiva que nos permite mirar al futuro con confianza y enfocados siempre en la satisfacción de nuestros clientes." **ha señalado Borja Sánchez, CEO de Decathlon España**

Personas

Durante este ejercicio, Decathlon España ha contado con una plantilla de **11.298** colaboradores que trabajan cada día para acercar el deporte a la sociedad.

La compañía distribuyó **más de 50 millones de euros** en 2025 en concepto de **primas, bonus y reparto de beneficios a través de acciones de la empresa**. Además, esta cifra engloba la inversión de la compañía en **más de 270.000 horas dedicadas a la capacitación de sus equipos** para el conjunto de sus colaboradores y un paquete de **beneficios corporativos** para facilitar la práctica deportiva y bienestar de los equipos.

En los últimos tres años, los colaboradores de la compañía han acumulado una subida salarial de más del 15% acordada en su último Convenio Colectivo **con incrementos del 5,5%, 5% y 4% en 2024, 2025 y 2026 respectivamente.**

Todo ello contribuye a reforzar el vínculo de la compañía con sus equipos, traduciéndose en que **más del 89% de colaboradores afirma sentirse orgulloso de pertenecer a Decathlon.**

En materia de **inclusión y diversidad**, a través de su Fundación, Decathlon ha impactado positivamente en la vida de **8.792 personas mediante 9 proyectos sociales**, gracias a su objetivo de promover y fomentar una vida activa y de calidad, accesible y plena, a través de los beneficios del deporte.

Modernización, digitalización y circularidad

En línea con el plan de transformación global iniciado el pasado ejercicio, Decathlon España ha ejecutado en 2025 una ambiciosa estrategia de modernización de su red comercial y ha **renovado 83 tiendas** durante el año. Esta evolución va más allá del cambio de imagen corporativa, apostando por una mejora integral de la experiencia del cliente y un salto cualitativo en la digitalización física, destacando la implementación de **etiquetas electrónicas en el 100% de tiendas del país.**

A nivel digital, destaca el **lanzamiento de su nueva página web**, con una oferta que asciende a más de **380.000 referencias**, rediseñada bajo una estrategia centrada en el usuario para hacer la navegación y el proceso de compra mucho más intuitivos. Todos estos avances sumados a la posibilidad de **entrega de pedidos en tienda y a domicilio en 1h** en las ciudades en las que Decathlon posee tienda física. A esto se suma la **red de puntos de recogida** —que ha pasado de 12.000 a **más de 30.000** puntos desde 2024 en toda España—, la cual permite al cliente elegir dónde, cómo y cuándo recibir su pedido.

La apuesta por la economía circular se ha consolidado como un motor estratégico. Las ventas asociadas a la circularidad **augmentaron un 25 %**, suponiendo el **3%** de nuestra **facturación total** en España.

Por su parte, el modelo de negocio "Segunda Vida" continúa su expansión y ha experimentado un crecimiento del 50%. Para potenciar este servicio, Decathlon ha ampliado su modelo de negocio digital mediante una alianza estratégica con Wallapop. Además, como hito destacado, la compañía ha inaugurado **dos espacios especializados de Segunda Vida** en sus centros de Rivas-Vaciamadrid y San Sebastián de los Reyes, áreas exclusivas dedicadas a la venta de material ciclista reacondicionado de gama media y alta.

La sostenibilidad sigue siendo fundamental en la estrategia de Decathlon, avanzando en la reducción de su impacto ambiental mientras sigue fomentando el acceso al deporte. Fruto de su firme compromiso con la descarbonización, la compañía ha logrado **reducir sus emisiones de CO2 en un 9%.**

En esta misma línea, la integración de prácticas sostenibles en la creación de productos avanza a buen ritmo: el **53,2% de los productos vendidos han sido concebidos bajo criterios de ecodiseño**, frente al 49,6% registrado en 2024.

Mejor oferta accesible para todos los niveles

Con el objetivo de acompañar a deportistas de todos los niveles y ofrecer una selección de productos y servicios altamente especializados, Decathlon ha integrado nuevos espacios dentro de sus tiendas. Concretamente, durante este ejercicio se han inaugurado **70 espacios especializados repartidos en ciclismo, running, fútbol, pádel y natación**.

Esta estrategia pone en valor la máxima tecnicidad y calidad a precios accesibles, motivando a los usuarios a explorar y probar nuevas prácticas deportivas.

Asimismo, consolidando su papel como facilitador de la práctica deportiva, la marca ha reducido el precio de más de **1.000 artículos** de la oferta permanente — una **bajada cercana al 1%**—, consolidando una propuesta con una excelente relación calidad-precio.

Decathlon continúa forjando alianzas clave alineadas con sus valores para elevar la notoriedad de la marca y acercar su propuesta deportiva al mayor número de personas. En el ámbito profesional, destacan el firme impulso al ciclismo con el **Decathlon Ford Racing Team** y la adquisición total del equipo ciclista **Decathlon CMA CGM**, en fútbol con **Antoine Griezmann y como proveedor oficial del balón de la UEFA (Europa y Conference League)**. A nivel local como tienda oficial de los torneos **Premier Padel en Málaga, Madrid y Barcelona** y socio estratégico de pruebas icónicas de ciclismo y running como la **Marcha Cicloturista Ibercaja Quebrantahuesos by Total Energies** y la **10K Valencia Ibercaja by Kiprun** y finalmente, Decathlon se convierte en el **proveedor oficial del balón de la Liga ASOBAL**.

Finalmente, para consolidar el posicionamiento de productos técnicos, Decathlon ha reforzado su estrategia de colaboración con atletas de élite y referentes del deporte entre los que destacan figuras como **Pedri, Almudena Cid, Alejandro Valverde, Rudy Fernández, Saúl Craviotto, Pedri, Jesús Calleja, Crys Dyaz, Valentí Sanjuan y Tomi Misser**.

Decathlon Grupo en datos

El Grupo Decathlon cerró 2025 con resultados muy positivos: el **Volumen de Ventas Brutas GMV** creció un **7,1%** y las **ventas netas un 5,6%** (en moneda local). Tras los ajustes por el tipo de cambio, el **GMV global fue de 20.700 millones de euros**, mientras que las **ventas netas subieron un 4% hasta los 16.800 millones de euros**.

La rentabilidad experimentó una mejora notable: el **EBITDA aumentó un 21% 1.800 millones de euros y el beneficio neto creció un 16% hasta los 910 millones de euros**. Este rendimiento refleja la fuerza del modelo integrado de Decathlon y su capacidad para ofrecer productos de alta calidad con la mejor relación calidad-precio para clientes en todo el mundo.

CIFRAS CLAVE POR BLOQUES*

(A 31 de diciembre de 2025)

ECONÓMICO

- **Ventas brutas (GMV):** 2.342 millones de euros (+8,1%)
- **EBITDA:** 148 millones de euros (+29,56%)
- **Beneficio neto:** 84 millones de euros (+17,37%)
- **Cuota de ventas digitales:** 15,1%
- **Número de tiendas:** 176

PERSONAS

- **Número de colaboradores:** 11.298
- **Ratio mujeres/hombres:** 49,66% mujeres | 50,34% hombres
- **Horas de formación:** más de 270.000
- **Fundación Decathlon:** 8.792 personas alcanzadas mediante 9 proyectos sociales
- **Porcentaje de colaboradores orgullosos de pertenecer a Decathlon:** 89%

PLANETA

- **Emisiones absolutas de carbono:** -9%
- **Ventas circulares:** 3% de la facturación total
- **Talleres ubicados en tiendas físicas:** 143
- **Artículos reparados:** 575.000
- **Porcentaje de ventas generadas por productos diseñados bajo un enfoque de ecodiseño:** 53,2%

[Link para descargar imágenes](#)

SOBRE DECATHLON

Decathlon, marca multideporte mundial destinada tanto a principiantes como a deportistas de élite, es un productor innovador de artículos deportivos para todos los niveles. Con más de 100.000 colaboradores y

1.750 tiendas en todo el mundo, Decathlon y sus equipos trabajan desde 1976 para cumplir una ambición permanente: seguir haciendo accesible el deporte.

Más noticias: <https://saladeprensa.decathlon.es/>

DECATHLON ESPAÑA

Diana EXPÓSITO - *Head of PR & Corporate Communications*

diana.exposito@decathlon.com

ATREVIA

Lidia Bravo | Alberto Estévez | Diego García

Tlf. 673 339 846 | 672 447 012 | 642 61 95 13

decathlon@atrevia.com