

ENTORNO

SIP23: las compañías asiáticas mantienen el alza del deporte en bolsa

El Selectivo Internacional Palco23 (SIP23) concluye el mes de julio con un moderado avance del 2,3% gracias a los cambios en la composición de un indicador, en el que los resultados de Fitbit y Under Armour lastraron al conjunto.

M.M.A.

5 ago 2019 - 05:00



El retail deportivo no atraviesa por su mejor momento en bolsa, y no es tanto porque sus artículos no calen entre los consumidores. Las nuevas advertencias de la Casa Blanca sobre la imposición de aranceles al comercio con China ahora sí amenazan de forma directa a marcas como Nike o Under Armour, cuya cotización se vio afectada por esta circunstancia. De ahí que el Selectivo Internacional Palco23 (SIP23) moderó su evolución durante el mes de julio, que concluyó con una mejora del 2,3% respecto a junio.

Un total de once valores perdieron capitalización durante el último mes, aunque si hay dos compañías que sobresalen son Under Armour y Fitbit, cuyos resultados trimestrales fueron negativos. La marca de artículos deportivos anunció su entrada en beneficios, pero las ventas sólo subieron un 1,5% y hay dudas sobre la evolución de las ventas en Norteamérica

. En el caso de Fitbit, el fabricante de pulseras inteligentes de entrenamiento continúa en números rojos y el precio medio de sus artículos sigue bajando.

Nike continúa siendo el líder absoluto dentro de esta categoría de producto, y también se mantiene como la mayor multinacional del sector por capitalización, que se situó 102.715 millones de dólares (90.295 millones de euros), un 2,64% menos que en julio. Aun así, representa casi la mitad de toda la capitalización agregada del SIP23.

Le acechan cada vez con más fuerza las alemanas Adidas y Puma, cuyos títulos no han dejado de crecer desde el arranque de 2019. A su favor juega el hecho de ser menos sensibles a la guerra comercial entre Estados Unidos y China, pero también influyen los planes estratégicos implantados meses atrás que les han llevado a realizar una aproximación mucho más importante que la de Nike al mundo de la moda y los artistas. En el caso de Puma, además, aderezado con una fuerte ofensiva en fútbol que empieza a dar resultados.

En Asia, la japonesa Asics mantiene la tendencia negativa del primer semestre, con una caída del 3,5% de la cotización, ante la desaceleración de sus ventas de *running*, un segmento en el que cada vez hay más competidores. Entre ellos figura la china Anta, que se revalorizó un 7,5% tras el primer mes de la integración de Amer Sports, con la que espera acelerar aún más su negocio en el gigante asiático.

En cuanto al fútbol, los mercados parecen estar premiando la política de los clubes en la actual ventana de fichajes, aunque con algunas contradicciones. El Olympique de Lyon, que ya ha cerrado ventas por más de 80 millones de euros, pierde un 4,2% de capitalización, y eso que anunció ingresos récord para 2019-2020. El Manchester United, por su parte, sigue con un futuro incierto en torno a jugadores como Paul Pogba, cuyo potencial no es sólo deportivo, sino también comercial, de ahí que la caída sea del 2,9%. Por el contrario, la Juventus y el Borussia Dortmund crecieron.

En el segmento de los espectáculos, los problemas que está aflorando la WWE para sostener sus eventos en directo le han costado un correctivo del 4,6% en el último mes. La Fórmula 1, en cambio, se ha sobrepuesto a las dudas de hace un año y recupera un 4% tras anunciar la continuidad de importantes circuitos y la renovación de su proyecto audiovisual con Netflix.

Actualizado mensualmente por *Palco23*, el SIP23 es el resultado de la multiplicación del valor del mes anterior por la división de la suma de las capitalizaciones bursátiles en euros del mes actual de las 23 empresas que componen el selectivo entre la suma de

las capitalizaciones del mes anterior, teniendo en cuenta un factor corrector si se producen alteraciones en el número de acciones.