

EQUIPAMIENTO

Brooks avanza en su estrategia internacional con la entrada en Brasil y China

La compañía especializada en *running* desembarcará en los dos países emergentes este verano a través de socios locales.

Palco23
9 may 2017 - 11:07

Brooks impulsa su avance internacional. La compañía especializada en *running* ha anunciado que empezará a comercializar sus productos en Brasil y China a partir de julio gracias a acuerdos con socios locales.

El consejero delegado de la compañía, Jim Weber, ha comentado en un comunicado que “Brooks está focalizada 100% en *running*, y es importante que la marca esté en las comunidades de *runners* más importantes del mundo”.

“Después del éxito en Europa, Japón y Canadá, la entrada en China y Brasil representa el siguiente paso para nuestra estrategia global. Estoy emocionado por la oportunidad que nos llega y con la que llevaremos a más personas a ser activas”, ha añadido.

Brooks entrará en el gigante asiático a través del canal online introduciendo sus productos en las plataformas T-Mall y Amazon, además de distribuir sus artículos en distribuidores físicos en los mayores mercados como son Pekín, Shanghái, y Guangzhou. De momento sólo estará disponible el calzado, aunque para 2018 ya se introducirán prendas de vestir y sujetadores de deportes.

Por otro lado, en Brasil se ha llegado a un acuerdo con el distribuidor Centauro, con el que extenderán la marca por el país más poblado de Sudamérica. Además, la compañía está planteando fortalecer su presencia en Alemania, Reino Unido, Francia e Italia. Para 2018, Brooks entrará en nuevos países que todavía no han sido desvelados.

PALCO23

En su ejercicio fiscal de 2016 la compañía facturó 560,3 millones de dólares (511,3 millones de euros), un % más que en el año anterior. Brooks consiguió revertir la situación en su resultado neto al ganar 2,3 millones de dólares (2,1 millones de euros), mientras que en 2015 perdió 164.000 dólares (149.661 euros).