

EQUIPAMIENTO

La china Xtep cierra 2016 con 723 millones de euros y prepara un reposicionamiento global

G.G.R.

29 mar 2017 - 11:23

Las marcas chinas de equipamiento deportivo se preparan para un ciclo de crecimiento gracias al plan del deporte del Gobierno del gigante asiático. Xtep es una de las que espera impulsar sus ventas, que el pasado año sólo crecieron un 1,9%, hasta 5.396,6 millones de yuanes (723,3 millones de euros).

Aunque la compañía no ofrece a sus inversores el beneficio neto, sí detalla el beneficio operativo antes de las provisiones de cobros, que se situó en 1.139,2 millones de yuanes (152,7 millones de euros), un 19,6% más que en 2015.

Por productos, el calzado fue el único segmento que creció, con un alza del 8,2%, hasta 3.525,4 millones de yuanes (472,5 millones de euros). El textil cayó un 8,4%, hasta 1.764,8 millones de yuanes (236,5 millones de euros), mientras que los accesorios registraron unas ventas de 106,4 millones de yuanes (14,3 millones de euros), un 3,6% menos.

La compañía ha comunicado que "durante 2017 continuará su proceso de reestructuración, que ya ha llevado a una mayor eficiencia de ventas por tienda y a un mayor control de inventarios en toda la red minorista". Además, se plantea un reposicionamiento global para que Xtep sea conocida como marca deportiva profesional".

La estrategia de la empresa china, que en España llegó a patrocinar al Villarreal CF, se basa en lanzar productos más innovadores gracias a la tecnología y en alcanzar más deportes más allá del fútbol y del *running*, como *outdoor*, *fitness* y artículos para el público femenino. También se trabajará en el impulso del *e-commerce* con nuevas opciones multicanal.

Pero lo que de verdad espera Xtep es crecer al ritmo que la Administración china impulsa el deporte base por el país. "Nuestro proyecto apunta a servir productos a más de cinco millones de jóvenes chinos en cinco años gracias al fútbol. Xtep ha tenido el

PALCO23

reconocimiento de asociarse al fútbol con sus patrocinios desde 2010, algo que ya ha llevado a la marca a vestir a más de 70.000 jugadores", ha detallado la compañía.