

EQUIPAMIENTO

Las ventas de Mizuno caen un 1,5% pese a disparar su beneficio en el primer semestre

La marca nipona factura 93.000 millones de yenes (702,1 millones de euros) en sus seis primeros meses y mejora un 251% su resultado neto, hasta 2.500 millones de yenes (18,8 millones de euros).

Palco23
13 nov 2017 - 13:44

Mizuno dispara su beneficio, aunque sus ventas siguen cayendo. Tras los malos resultados de 2016, el beneficio neto de la marca nipona aumentó un 251%, hasta 2.500 millones de yenes (18,8 millones de euros), en este primer semestre de su ejercicio fiscal.

Su facturación cayó, pero más levemente que en los periodos anteriores, hasta 93.000 millones de yenes (702,1 millones de euros), un 1,5% menos. En su principal mercado, Japón, su facturación aumentó un 1%, hasta 62.500 millones de yenes (471,8 millones de euros) debido al alza de las ventas en deportes como fútbol y deportes de raqueta.

Fuera de su mercado original, su negocio no creció en ninguna región. En América, sus ventas descendieron un 10%, hasta 11.700 millones de yenes (88,3 millones de euros), debido a los problemas en la distribución estadounidense y por una desaceleración en el mercado del *running*.

El descenso del *running* es el principal factor de la caída de sus ventas en América y Europa

La compañía también argumenta la caída de su facturación en Europa, Oriente Medio y África por el descenso de esta práctica deportiva, con una facturación de 7.400 millones de yenes (55,8 millones de euros), un 8% menos. En Asia-Oceania, su negocio se estancó en los 10.200 millones de yenes (77 millones de euros), mantenido por el

fuerte tirón del tenis de mesa en China.

Por productos, el calzado lideró la facturación de Mizuno con 30.200 millones de yenes (228 millones de euros), un 9,8% más. El negocio del textil fue de 27.400 millones de yenes (206,8 millones de euros), un 0,36% menos, mientras que el equipamiento cayó un 1,3%, hasta 21.500 millones de yenes (162,3 millones de euros).