

## EQUIPAMIENTO

# Li Ning esquiva el embate del Covid-19 y crece un 4,2% en 2020

La compañía china, especializada en moda y equipamiento deportivo, ha cerrado el ejercicio de la pandemia con unos ingresos de 14.457 millones de yuanes (1.861,9 millones de euros).

Palco23

19 mar 2021 - 10:57



Li Ning le gana el pulso a la pandemia. La compañía china, especializada en moda y equipamiento deportivo, ha cerrado el ejercicio 2020 (finalizado el pasado 31 de diciembre) elevando su cifra de negocio un 4,2%. La empresa pudo capitalizar la demanda de artículos deportivos a raíz del confinamiento y las restricciones decretadas para contener el avance del virus.

La compañía concluyó el ejercicio con una facturación de 14.457 millones de yuanes (1.861,9 millones de euros), frente a los 13.870 millones de yuanes de 2019. El resultado neto se situó en negro, con 1.690 millones de yuanes (217,7 millones de euros), al alza respecto a los 1.499 millones de yuanes que ganó el año anterior. El resultado bruto de explotación (ebitda), por su parte, fue de 3.292 millones de yuanes (424 millones de euros).

La empresa ha explicado que la “mejora continua de las operaciones mitigó, en cierta medida, el impacto del Covid-19” en el negocio. La compañía redujo su inventario

alrededor de un 5%, a la vez que elevó sus ventas en los canales online y offline. “Aunque la industria del deporte estuvo bajo presión a corto plazo durante la pandemia, el consumo deportivo se mantuvo activo”, ha señalado Li Ning, presidente ejecutivo y consejero delegado del grupo.

## Li Ning elevó ventas en todas las categorías el año pasado, especialmente en la de moda

El grupo elevó sus ingresos en todas sus categorías, especialmente en moda, que el año pasado continuó siendo el principal motor de crecimiento de la empresa. En este segmento, Li Ning registró un incremento de la facturación del 3,6%, hasta 7.365 millones de yuanes (948,5 millones de euros).

El calzado, por su parte, elevó sus ventas un 4,2%, hasta 6.338 millones de yuanes (816,3 millones de euros). Por su parte, los accesorios también experimentaron una buena evolución en 2020, con un incremento de la cifra de negocio del 11,7%, hasta 754 millones de yuanes (97,1 millones de euros). Estos buenos resultados se debieron, principalmente, a una mejora del negocio especialmente a partir de la segunda mitad del año, cuando China ya había controlado el virus.

Por canales, el *wholesale* fue el más fuerte para Li Ning, copando el 48% de las ventas globales de la compañía. El retail, por su parte, representó el 23% de los ingresos, frente al 27% del año anterior. El ecommerce, que el año pasado experimentó una buena evolución a consecuencia de la pandemia, representó el 29% de las ventas.

Para este año, Li Ning prevé continuar creciendo. Para ello, la compañía planea poner el foco en cinco factores: producto e innovación tecnológica; mejorar la eficiencia y promover el desarrollo de la red de tiendas y la omnicanalidad; optimizar la cadena de suministro y la integración online y offline; aprovechar el tirón de la digitalización, e invertir recursos “de forma razonable” para explorar oportunidades de negocio “y el potencial del mercado”.