

EQUIPAMIENTO

Mizuno vende un 3,9% menos hasta diciembre de 2019 lastrada por Asia

La marca japonesa de artículos deportivos obtuvo unos ingresos de 122.700 millones de yenes, mientras que el beneficio neto mejoró un 11,3% por ajustes en los planes de pensiones.

Palco23

11 feb 2020 - 10:39



Mizuno encuentra en Occidente el motor para compensar sus problemas en Asia. La marca japonesa de artículos deportivos cerró los primeros nueve meses del ejercicio 2019 con una facturación de 122.700 millones de yenes (1.022 millones de euros), lo que representa una caída del 3,9% interanual.

El beneficio neto, por su parte, mejoró un 11,3% respecto al periodo abril-diciembre de 2018 y se situó en 3.200 millones de yenes (26,6 millones de euros). Ahora bien, la compañía atribuye esta mejora de la rentabilidad no a sus operaciones ordinarias, sino a “la reforma del plan de beneficios de jubilación de la empresa”.

En cuanto a los ingresos, el grupo indica que el aumento del retroceso de ventas respecto al primer semestre se debe a Asia. La actividad en Japón, que supone un 67% del total, cayó un 5% por las menores ventas en el canal minorista. “El negocio de gestión de instalaciones subcontratadas y las ventas de materiales de las instalaciones

siguen creciendo”, señalan sobre esta región.

La facturación en América mejoró un 8,6%, hasta 15.200 millones de yenes (126,6 millones de euros), mientras que Europa, Oriente Medio y África aportaron un 1,8% más, hasta 11.400 millones de yenes (95 millones de euros). Mizuno señala que “las ventas en golf y running fueron fuertes” en estos dos territorios.

En cuanto a Asia y Oceanía, allí la actividad retrocedió un 12,7% entre abril y diciembre, hasta 13.100 millones de yenes (109 millones de euros), debido a que “el negocio minorista en China se convirtió en negocio de licencias”.