

## EQUIPAMIENTO

# Puma empeora aún más sus previsiones para 2020 debido al coronavirus

La compañía alemana de equipamiento y moda deportiva asegura que, aunque todas sus fábricas en China están casi a pleno rendimiento y todas sus sedes internacionales están abiertas, no espera una normalización de la situación en otros territorios a corto plazo.

Palco23

12 mar 2020 - 11:14



Puma revisa sus previsiones para el año 2020. La compañía alemana de equipamiento y moda deportiva asegura en un comunicado que no espera que se produzca “una normalización de la situación del coronavirus”, lo que afectará a su negocio este año. El objetivo era crecer más de un 10%, aunque dicho porcentaje está sujeto a la evolución del COVID-19.

“Todas nuestras oficinas por todo el mundo están abiertas”, indica la empresa germana. También la de Shanghái, que volvió a retomar su actividad después de que sus empleados finalizasen el período de cuarentena. Aun así, Puma asegura que el coronavirus “ha impactado negativamente en nuestro negocio desde principios de febrero, tanto en las ventas como en el abastecimiento”.

El 20% de la cadena de abastecimiento procede de China y Puma ha subrayado que,

tras finalizar el período de cuarentena, las que trabajan con productos ya finalizados están operativas al 80% y al 100%, en algunos casos. Las que tratan los materiales y la confección de los artículos también están en funcionamiento, mientras que las que se ubican en otros países asiáticos no han sido afectadas.

Respecto a la caída de las ventas, la marca alemana no ha establecido cuál será el impacto económico, aunque sí confirma que se verá afectado en China y otros mercados como Singapur, Malasia, Japón y Corea del Sur. Asimismo, las tiendas en Europa aún están abiertas, a excepción de las italianas, cuyo Gobierno decretó ayer el cese de toda la actividad comercial. Aun así “estamos experimentando un menor tráfico”, confirman.

Por ahora, la previsión de crecimiento para el resto del año se mantiene en un 10%, a expensas de actualizar el dato en función de la evolución de la situación a nivel internacional. Puma finalizó 2019 con una facturación de 5.502 millones, un 18,4% más que el año anterior. Asimismo, su beneficio neto se disparó un 40%, hasta 262,4 millones de euros.