

## EQUIPAMIENTO

# Ternua: caída de sólo el 4% en 2020 gracias al 'outdoor' y traslado a España de la fábrica de México

La compañía vasca, uno de los mayores grupos nacionales de moda y equipamiento deportivo, ha cerrado 2020 con una cifra de negocio de 25 millones de euros. La empresa ha echado el cierre a su fábrica de Puebla (México) y ha trasladado su producción a Etxalar.

Pilar Riaño

11 ene 2021 - 05:00



Ternua Group saca partido del auge de la actividad al aire libre tras el confinamiento y consigue amortiguar el golpe del Covid-19. El grupo vasco, uno de los mayores grupos españoles de moda y equipamiento deportivo, finaliza 2020 con una caída en sus ingresos consolidados de sólo el 4%, hasta 25 millones de euros, frente a los 26 millones de euros del ejercicio anterior. La empresa ha llevado a cabo durante el último año una reorganización de su negocio, completando la integración de Loreak Mendián y trasladando a España la producción que realizaba hasta ahora en México.

Aunque los planes de la empresa pasaban por alcanzar una facturación de 28 millones de euros en 2020, la compañía se ha visto beneficiada por "el aumento de la práctica deportiva al aire libre durante los meses de la pandemia

”. Según Jokin Umerez, director general de Ternua, este hecho “ha acompañado las ventas de prendas y artículos relacionados con el *outdoor*”.

El ejecutivo destaca asimismo un “mejor comportamiento” de las categorías de deporte que las de moda y una “buena evolución del textil técnico”. El grupo opera con las marcas Ternua (*outdoor*), Lorpen (calcetines técnicos), Astore (moda deportiva) y Loreak Mendian (moda).

Por canales, como ha sucedido en el conjunto del sector, el digital es el que ha registrado una mejor evolución en el conjunto del negocio de Ternua. La compañía, que ha triplicado la venta digital directa a cliente final respecto a 2019, ha finalizado 2020 con un 12% de sus ventas online, teniendo en cuenta las plataformas de terceros. Como consecuencia de esta evolución, Ternua ha reforzado sus equipos de ecommerce, márketing digital y logística.

## **Ternua ha triplicado la venta digital directa a cliente final respecto a 2019**

A lo largo del último año, la empresa ha ejecutado dos movimientos estratégicos, relacionados con aprovisionamiento y operaciones. En primer lugar, la compañía echó el cierre a su fábrica de Puebla (México) y trasladó su producción a España, potenciando la fábrica que la empresa posee en Etxalar (Navarra).

Con sede en Arrasate/Mondragón (Guipúzcoa) y una plantilla de 200 personas, Ternua tomó la decisión en abril de cerrar su planta de México en el marco de un paquete de medidas para hacer frente al impacto de la crisis del Covid-19, que incluyó también la presentación de un expediente de regulación temporal de empleo (Erte) por fuerza mayor para el personal de tienda y de reducción de jornada para el de oficina. Ternua Group cuenta con una plantilla de 180 personas: 92 de ellas en oficinas centrales e internacional; 45, en fábrica y logística; y 43, en retail.

En la planta de Etxalar se concentra ahora toda la producción de calcetín técnico para la práctica de actividades al aire libre (montaña y esquí) a través de la marca Lorpen. “La decisión de centralizar la producción en proximidad se enmarca en la planificación estratégica de Ternua Group”, sostiene el director general de la empresa.

El grupo cuenta con una producción anual de un millón de pares de calcetines. Hasta 2019, la planta de Etxalar asumía una producción de 600.000 pares y la de Puebla, de 400.000 pares. Desde 2021, Etxalar fabrica un millón de pares.

## **Las previsiones del grupo para 2021 se sitúan en una horquilla de entre 27 millones y 28 millones de facturación**

Por otro lado, la compañía ha completado la integración de Loreak Mendian, firma de moda que adquirió en 2019. A cierre de 2020, todo el equipo de Loreak Mendian trabaja ya en la sede central del grupo, en Arrasate. “Esto ha facilitado y acelerado que afloren las sinergias previstas en la integración, tanto operativas como de negocio y producto”, señala Umerez.

Las previsiones de la empresa para 2021 pasan por recuperar el terreno perdido en 2020 como consecuencia del Covid-19. “A pesar del alto grado de incertidumbre y volatilidad que presenta todavía el mercado, somos moderadamente optimistas”, confiesa Umerez, que afirma que las previsiones pasan por cerrar el ejercicio con una facturación de entre 27 millones y 28 millones de euros.

Con distribución en más de cincuenta países de Europa, América y Asia, los principales motores de crecimiento del grupo para el ejercicio que acaba de comenzar serán el canal digital y el negocio internacional. “Las previsiones en deporte (*outdoor*) pasan por seguir creciendo -afirma Umerez-; en moda recuperar, en parte, lo perdido en 2020”.

## **“Las previsiones en deporte pasan por seguir creciendo; en moda recuperar, en parte, lo perdido en 2020”, sostiene Umerez**

Ternua inició su trayectoria en 1986 de la mano de los hermanos Uribesalgo (que hoy siguen trabajando en Ternua Group), que pusieron en marcha una tienda de deporte en Arrasate/Mondragón, llamada Arrasate Kirolak. Dos años después, lanzaron la marca Astore y establecieron estructura productiva propia. En 1990, el pequeño comercio se transformó en la sociedad Iasa y en 1994 lanzaron al mercado la marca Ternua, de artículos para montaña.

Ternua Group tiene estructura en América (con filial en Toronto y oficina comercial en Utah), Europa (con la sede central de Arrasate/Mondragón, filial y fábrica en Etxalar (Navarra) y oficinas en Annecy (Francia), Munich y Ámsterdam) y Asia (con logística y compras en Hong Kong). La empresa suma tres plataformas logísticas y tres centros de producción.

La familia Lasa, procedente del sector siderúrgico, se hizo con el control de Ternua en 2009. Hoy en día, el capital de Ternua Group está controlado en un 70% por la familia Lasa y en un 30% por los fundadores de Lorpen, Loreak y Ternua.