

EQUIPAMIENTO

Xtep esquiva el golpe y mantiene ventas en el año de la pandemia

El grupo chino facturó 8.171,9 millones de yuanes (1.054,3 millones de euros) en 2020, sólo un 0,13% menos que el año anterior. El calzado fue la única categoría que elevó sus ingresos.

Palco23

18 mar 2021 - 11:52



Xtep cierra el año de la pandemia en plano. El grupo chino ha finalizado el ejercicio 2020 (concluido el 31 de diciembre) con un retroceso en la cifra de negocio de sólo el 0,13%. La empresa pudo esquivar el golpe gracias a la buena evolución de las ventas de calzado y al auge de la moda deportiva.

La compañía cerró el ejercicio con una facturación de 8.171,9 millones de yuanes (1.054,3 millones de euros). El resultado neto, por su parte, se situó en negro, con un beneficio de 513 millones de yuanes (66,2 millones de euros).

Pese a que China fue la zona 0 de la crisis del coronavirus, el país fue el primero en recuperarse, algo que benefició al negocio de Xtep. “Las ventas de bienes de consumo en China continental mejoraron gradualmente, hasta alcanzar un crecimiento interanual de un solo dígito en el cuarto trimestre, respecto al descenso a doble dígito en el primer trimestre del año”, ha señalado el grupo.

La compañía pudo capitalizar, además, el auge de la demanda de la moda deportiva, “en una época en la que el ejercicio se convirtió en uno de los pocos placeres que quedaban”, ha continuado Xtep, señalando además el teletrabajo como catalizador de esta tendencia, que ya venía creciendo desde hacía años. El **boom** del ecommerce a raíz del confinamiento y las restricciones en varios países del mundo también impactaron positivamente en el negocio de la empresa, que elevó sus ventas a través del canal online.

Xtep pudo capitalizar el auge del ‘athleisure’ y elevó ventas en la categoría de calzado en 2020

Por categorías, el calzado, la más importante para Xtep por volumen de negocio, ya que copa el 61,7% de las ventas globales, fue la única que experimentó una evolución positiva el año pasado. Las ventas de este segmento se elevaron un 8,5% respecto a 2019, hasta 5.046,7 millones de yuanes (651,1 millones de euros).

La moda, por su parte, redujo sus ventas un 11,4%, hasta 2.963,9 millones de yuanes (382,4 millones de euros). La caída más acusada se dio en la categoría de accesorios, donde los ingresos descendieron un 12,9%, hasta 161,3 millones de yuanes (20,8 millones de euros).

Por marcas, Xtep, que copa el 86,9% de las ventas globales del grupo, contrajo su cifra de negocio un 7,9%, hasta 7.101,1 millones de yuanes (916,2 millones de euros). “Nuestra firma principal aseguró su posición de liderazgo en el mercado, ocupando el primer puesto entre las marcas nacionales de maratón”, ha asegurado la compañía.

El negocio de K-Swiss y Palladium, marcas especializadas en **athleisure**, disparó sus ventas un 114,4% en el año de la pandemia, hasta 999,1 millones de yuanes (128,9 millones de euros). Ambas firmas pasaron a representar el 12,2% del negocio de Xtep, frente a sólo el 5,7% en 2019. “La pandemia continuó impactando en las operaciones comerciales de las marcas en América y Europa, y se espera que la recuperación sea lenta”, ha señalado el grupo. Pese a esto, la empresa pudo consolidar ambas firmas en el mercado de Asia Pacífico, y prevé acelerar su expansión por la región en los

próximos meses.

Merrell y Saucony fueron las firmas que experimentaron un mayor incremento de ventas. Ambas marcas, propiedad de Wolverine Worldwide (aunque en China están controladas por Xtep), elevaron sus ingresos un 608,6%, hasta 71,7 millones de yuanes (9,3 millones de euros). Pese a que el negocio de estas marcas es todavía poco relevante para el grupo chino, “la red de tiendas incrementó significativamente, ya que iniciamos la apertura de establecimientos de estas firmas en China continental en abril y mayo”, ha explicado Xtep.

Para este año, el grupo prevé continuar creciendo a medida que se flexibilicen las medidas restrictivas y el consumidor chino recupere “gradualmente” la confianza. “Los planes de expansión de las cuatro nuevas marcas en China continental también encajan perfectamente con las últimas políticas nacionales, y se espera que se conviertan en otro importante motor de crecimiento en el futuro”, ha señalado Xtep.

La empresa prevé acelerar la apertura de nuevas tiendas de Saucony, Merrell y Palladium a lo largo de los próximos meses, así como concentrarse “en el proceso de cambio de marca de K-Swiss”. “Seguiremos en la senda del crecimiento constante”, ha sentenciado Ding Shui Po, presidente de Xtep.