Modaes

Empresa

Asos, rey del 'boom' del online: dispara ventas y beneficio en el año del Covid-19

La compañía ha cerrado el último ejercicio (finalizado en agosto) con una facturación de 3.263,5 millones de libras y un beneficio antes de impuestos de 142,1 millones de libras.

Modaes
14 oct 2020 - 09:58

Asos capitaliza la explosión del online en el año del coronavirus. El grupo británico de ecommerce ha cerrado su ejercicio fiscal (finalizado el 31 de agosto) con un crecimiento de la facturación del 19% y ha cuadriplicado su beneficio antes de impuestos.

La empresa facturó 3.263,5 millones de libras (3.604 millones de euros) en el último ejercicio, un 19% más. Las ventas crecieron tanto en Reino Unido, con un alza del 18%, como en el extranjero, con un aumento del 22% en la Unión Europa, del 18% en Estados Unidos y del 18% en el resto del mundo.

https://www.modaes.com/empresa/asos-rey-del-boom-del-online-dispara-ventas-y-beneficio-en-el-ano-del-covid-19

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

El resultado bruto creció ligeramente menos, un 16%, por lo que el margen bruto retrocedió en 140 puntos básicos, hasta el 47,4%. Sin embargo, **el beneficio antes de impuestos se disparó, pasando de 33,1 millones de libras** (36,5 millones de euros) en el ejercicio 2019 a 142,1 millones de libras (156,9 millones de euros) en 2020.

Asos atribuye esta mejora de la rentabilidad a la reducción de costes no estratégicos, que permitió un ahorro de alrededor de cincuenta millones de libras (156,9 millones de euros).

Asos sumó 3,1 millones de nuevos clientes durante el último año

La base de clientes activos se incrementó en 3,1 millones de personas, hasta 23,4 millones de consumidores. Durante la segunda mitad del año, la empresa cambió su oferta para adaptarse a la demanda durante el confinamiento, aumentando los productos de *activewear* y reduciendo la de ropa formal, cuya demanda continúa en descenso.

De cara al nuevo ejercicio, la empresa explica que está preparada para nuevos picos de demanda, y que **el arranque del año ha sido "sólido", aunque continúa siendo prudente**. "Las proyecciones económicas y el estilo de vida de los veinteañeros continúan estando alterados", señala.

"Estoy satisfecho con las mejoras que hemos hecho este año, pero aún nos queda mucho por hacer para continuar con nuestro progreso", señala Nick Beighton, consejero delegado. "Si bien es poco probable que la vida de nuestros clientes de veintitantos años vuelva a la normalidad durante bastante tiempo, Asos continuará respondiendo y adaptándose", añade.

La empresa prevé que "las disrupciones en el aprovisionamiento global de productos" continuarán en 2021, aunque asegura que está preparado para responder de forma flexible. Este año, la empresa está comenzando a invertir en su cuarto *fulfilment center*, que estará ubicado en Reino Unido, "para apoyar el crecimiento en nuestro mercado local pero también para darnos más flexibilidad en nuestras operaciones globales".

https://www.modaes.com/empresa/asos-rey-del-boom-del-online-dispara-ventas-y-beneficio-en-el-ano-del-covid-19

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.