

Modaes

Entorno

El guochao y el coronavirus lastran las ventas de los gigantes de la moda deportiva en China

El conjunto de las ventas de Nike, Adidas y Puma en Tmall registraron una caída interanual del 39% en marzo y del 58% respecto a dos años atrás, según un informe de Credit Suisse. La entidad suiza destaca el “poco apetito por las marcas occidentales en el país”.

C. Juárez
7 abr 2022 - 04:53



El guochao lastra a la moda deportiva en el primer mercado de consumo del mundo. En conjunto, las ventas de Nike, Adidas y Puma a través de Tmall registraron una caída interanual de ventas del 39% en marzo y del 58% respecto a dos años atrás, según un informe de Credit Suisse. La entidad suiza destaca el “poco apetito por las marcas occidentales en el país”.

“Los números son notablemente peores que las ventas generales de las marcas en China,

Modaes

lo que sugiere que Tmall está haciendo poco para facilitar el desempeño de las marcas occidentales”, añade Credit Suisse. La entidad destaca que las tiendas propias “son mejores” para impulsar la demanda en tiempos de debilidad.

Otro de los factores de riesgo para las ventas en China de los principales grupos de moda y equipamiento deportivo “son los problemas relacionados con el Covid-19”. **La política Covid Cero en el país ha llevado a confinar en las últimas semanas ciudades como Shenzhen o Shanghái.**

Con todo, Credit Suisse espera que la demanda mejore durante el resto del año. “Si bien es incierta, esperamos que a lo largo del año la demanda en China mejore gradualmente mediante el patrocinio de eventos deportivos, así como la mejora del rendimiento de las tiendas”.

En concreto, **las ventas de Nike a través de Tmall en marzo se recortaron un 40% respecto a 2021 y un 51% frente al mismo mes de dos años atrás.** Credit Suisse estima para el tercer trimestre del ejercicio de la compañía (entre diciembre y febrero) una caída de sus ventas en China del 5,2% frente al mismo periodo del año anterior, hasta 3.283 millones de dólares. En el periodo, las ventas del grupo a través de Tmall alcanzarán los 120 millones de dólares, el 3,65% de los ingresos de Nike en el país.

Las perspectivas son peores para Adidas y Puma. Para el primer trimestre de Adidas, Credit Suisse anticipa una caída de las ventas en China del 22%. La empresa alemana ya destacó “las dificultades en el mercado de China continental” en la presentación de sus resultados del ejercicio 2021. En marzo, la empresa recortó sus ventas en Tmall un 68% frente a dos años atrás y un 36% respecto a marzo de 2021.

Además, Credit Suisse también considera que las previsiones de crecimiento del grupo, que pasa por registrar un alza de la facturación de entre el 11% y el 13% para 2022, son “extremadamente exigentes” debido al “débil” primer trimestre.

Credit Suisse señala que las previsiones de Adidas para el cierre de ejercicio son “extremadamente exigentes”

Modaes

La entidad suiza esgrime que la base comparable penalizaría a la compañía, especialmente en Norteamérica, donde creció un 17% en 2021, por lo que tendría que ampliar aún más su cuota de mercado, algo que “no está implícito” actualmente en la marca. Por ello, Credit Suisse estima que Adidas finalizará el ejercicio con un crecimiento de las ventas del 7% y un beneficio neto de 1.710 millones de euros, un 7,5% por debajo de las previsiones de la empresa.

Para Puma, Credit Suisse estima que sus ventas en el gigante asiático se reduzcan un 20% en el primer trimestre. Puma finalizó 2021 con un alza del 11,9% en China. En el periodo, los ingresos a través de Tmall coparon el 9,78% del total.

Con todo, **la entidad reconoce que las previsiones de crecimiento de Puma (del 10% para 2020) son “muy alcanzables”.** Para el primer trimestre de ejercicio, Credit Suisse estima que el grupo eleve su cifra de negocio un 11,6% a pensar de la caída de China y las limitaciones de la cadena de suministro.