

Adidas dispara sus ventas hasta marzo, pese al desplome del 33% en Rusia

M.M.A.
5 may 2015 - 11:55

China y Estados Unidos son las dos grandes potencias económicas del mundo y los motores de crecimiento que han permitido a Adidas cerrar el primer trimestre de 2015 con unos ingresos de 4.083 millones de euros, un 17,3% más; neutralizado el efecto de la fluctuación de divisas, el avance sería del 9%.

Las ventas en el gigante asiático se dispararon un 44,3% (597 millones), mientras que en el mercado norteamericano se mejoró un 27,9% (591 millones). Estas subidas han sido suficientes para neutralizar el hundimiento del negocio en Rusia, donde la facturación cayó un 33,6%, hasta 162 millones, convirtiéndose en el único mercado en decrecimiento. Eso sí, Adidas ha logrado hacer rentable este mercado con el cierre de treinta tiendas en tres meses y un plan para reducir los costes en un 40%.

La multinacional alemana de equipamiento deportivo también ha mejorado su resultado operativo, que subió un 18,1% y se situó en 363 millones de euros en el período enero-marzo. El beneficio neto también escaló, en este caso un 17%, y se situó en 239 millones de euros. Norteamérica es el único mercado con un resultado operativo negativo, en nueve millones, pero allí también se ha trazado plan para rentabilizar la actividad.

La compañía también ha logrado mejorar los ingresos de todas sus marcas, incluida TaylorMade-Adidas Golf, una de las que más problemas arrastró en 2014. Esta firma facturó 280 millones en el primer trimestre, un 6,2% más. Eso sí, se trata de un ritmo de crecimiento muy inferior al del resto de enseñanzas: Adidas creció un 18,6%, hasta 3.352 millones de euros; Reebok se anotó 411 millones, un 14,9% más, y Reebok-CCM Hockey creció un 21,9%, con 39 millones.