

## EQUIPAMIENTO

# El tirón de Europa y China elevan un 5,3% el beneficio de Adidas, hasta los 370 millones

Palco23

6 ago 2015 - 20:06

Adidas ha encontrado en casa uno de los motores de crecimiento. La multinacional alemana ha presentado hoy las cuentas del primer semestre de 2015, en el que las ventas se han incrementado un 16,1%, hasta los 7.990 millones de euros, con Europa como uno de los principales pilares de la mejoría junto a China; neutralizado el efecto de las divisas, el avance es del 7,2%. El beneficio neto mejoró un 5,3% y se situó en 370 millones de euros.

El grupo de equipamiento deportivo ha querido resaltar la importancia de crecer a un ritmo de doble dígito en este primer tramo del año, ya que en 2014 se celebró el Mundial de Fútbol y ello permitió acelerar las ventas de todo tipo de productos antes de que arrancara el torneo. De hecho, la única línea de negocio de Adidas que sigue sin carburar es la de golf, cuyas ventas se han reducido un 3,1%, hasta 519 millones de euros.

Por segmentos, el de las zapatillas es el que más contribuye al crecimiento de la compañía, con un alza del 27,5% (17,7%, neutralizado) hasta los 4.049 millones de euros. En la información remitida a los inversores se precisa que las ventas de referencias de botas de fútbol, así como las líneas urbanas Neo y Originals han crecido a un ritmo de doble dígito. El calzado de *running*, en cambio, sólo avanza un 5%, motivo que explicaría la compra de la *app* Runtastic por 220 millones de euros, con intención de acercarse a los consumidores.

Los corredores sí que parecen haber apostado más que en 2014 por la marca de las tres barras en cuanto a ropa de entrenamiento, ya que ahí sí crece a doble dígito. En cambio, el conjunto de la multinacional, que también incluye Reebok, sólo crece 9,3% (1,6% neutralizado) en prendas técnicas y accesorios, hasta 3.125 millones de euros. Las ventas de *hardware*, por su parte, se ve fuertemente influenciada por la caída del negocio de golf y baja un 3,5% su facturación, hasta 815 millones de euros.

Por mercados, el mayor crecimiento del grupo tuvo lugar en China (incluyendo Hong

Kong, Taiwán y Macao), con un incremento del 20,4% en las ventas. La facturación en la región fue de 1.161 millones de euros en el primer semestre, cerca de los 1.234 millones de euros facturados en Norteamérica en el mismo periodo, con un alza del 2,8%.

Adidas también registró un aumento destacado en Oriente Medio y África. En estos mercados, el grupo elevó su cifra de negocio un 12,3%, hasta 1.171 millones de euros. Por su parte, las ventas en Europa Occidental fueron de 2.104 millones de euros, un 11,7% más, y con España, Francia, Reino Unido e Italia creciendo a ritmo de doble dígito. El gigante de la moda deportiva contrajo sus ingresos un 9,7% en Rusia y un 0,6% en Japón.