

# Adidas rechaza las presiones de los accionistas para vender Reebok

Palco23  
29 dic 2015 - 16:39

Adidas no tiene intención de realizar nuevas desinversiones en el corto plazo. En la recta final del año se ha especulado con que la multinacional alemana de equipamiento deportivo podría estar analizando la venta de Reebok, pero el director financiero, Robin Stalker, ha rechazado los rumores de venta de la marca que adquirió hace diez años y que ahora vive un momento dulce gracias al auge del CrossFit. En los nueve primeros meses del año, creció a ritmo de doble dígito, con un 11,8%, hasta los 1.295 millones.

"Nunca he tenido una conversación en la que alguien haya ejercido algún tipo de presión", ha asegurado el directivo en una entrevista con el *Financial Times*. Stalker asegura al rotativo británico que no tienen intención de desprenderse de un negocio que ahora empieza a recuperarse, pese a que fuentes citadas por *Reuters* indicaran que el magnate egipcio Nassef Sawiris había formado una alianza con el inversor estadounidense Mason Hawkins y Southeastern Asset Management para forzar esta venta.

Adidas sí admitió este verano que analizaba la venta de su negocio de golf, y será en el primer trimestre de 2016 si desinvierte de manera definitiva con la venta de la marca TaylorMade. En 2014, las ventas de TaylorMade-Adidas Golf se hundieron un 29%, hasta los 913 millones de euros, mientras que el retroceso interanual en el primer semestre de 2015 se ha situado en el 3,1%, hasta los 519 millones.

En los nueve primeros meses del año, el negocio creció un 16,7%, y ya se sitúa en 12.748 millones. Sin los efectos favorables por el tipo de cambio, el avance sería del 9%. El grupo alemán también mejoró su beneficio neto para el período, aunque a un ritmo más moderado: 683 millones, un 7,6% más.

Por mercados, sólo Rusia contribuyó de manera negativa, con una caída del 32,8% hasta los 652 millones. Este desplome contrasta con la evolución en China, donde el negocio se disparó un 42% y alcanzó los 1.852 millones de euros, unas cifras que ya sitúan al gigante asiático como el tercer mayor mercado de Adidas detrás de Europa Occidental y Norteamérica.