

EQUIPAMIENTO

Adidas espera alcanzar los 18.900 millones en 2016 gracias a la recuperación del consumo

Guillermo G. Recio
3 mar 2016 - 10:31

Adidas prevé seguir con su crecimiento de doble dígito otro año más. La multinacional de material deportivo ha anunciado que para este 2016 esperan aumentar su cifra de negocio entre un 10% y un 12% interanual, lo que supondría facturar un mínimo de 18.590 millones y un máximo de 18.928 millones de euros.

De confirmarse este nivel de facturación, el ritmo de la multinacional seguiría la línea de 2015, cuando cerró con unas ventas de 16.914 millones de euros, un 10% más respecto a 2014 y un ritmo de crecimiento superior en un punto al registrado en los nueve primeros meses del año.

El grupo alemán achaca sus optimistas previsiones a la mejora del consumo, "proporcionando un contexto positivo para el crecimiento continuo y la expansión de la industria de artículos deportivos", según argumenta en su informe anual para los inversores. Además, el incremento de las ventas de Adidas para este año también se enmarca en un contexto de factores favorables de eventos deportivos como la Uefa Euro 2016.

Aun así, no todas las noticias son buenas. La compañía ha explicado que prevé que los costes de aprovisionamiento del grupo en Asia aumenten como resultado del cambio desfavorable con el dólar y el incremento de los gastos de la mano de obra en el continente, una tendencia que a empresas de menor tamaño les está obligando a relocalizar producción. Ello lo esperan suplir con un fuerte crecimiento de la marca de las tres bandas y de Reebok, así como de su enseña de golf TaylorMade en esta región.

En cuanto a su beneficio neto, creció un 12% comparado con el año anterior para ganar 720 millones de euros. Sus previsiones para este 2016 también irán en la misma línea que la facturación, al situarse entre el 10% y el 12% hasta alcanzar los 800 millones aproximadamente, ha aclarado la compañía.

El consejero delegado de Adidas, Herbet Hainer, ha explicado que "2016 será otro año

satisfactorio para nuestra carrera para ser la mejor empresa deportiva del mundo y lograr la ambición financiera a largo plazo de nuestro grupo. Nuestras marcas están se están beneficiando de la creciente importancia del deporte en la vida de las personas en todo el mundo". Cabe recordar que Hainer será relevado en octubre de 2016 por el nuevo directivo Kasper Rorsted, que hasta ahora era el consejero delegado de Henkel.

Sobre sus regiones con más progresión, Hainer ya comentó que se encuentran en un "momento acelerado en América del Norte y Europa Occidental durante el último trimestre de 2015, junto con un crecimiento continuado de doble dígito en mercados emergentes como China".

La importancia del negocio exterior de la multinacional alemana se observa en el peso que supone Europa, que aunque ha aumentado su facturación un 17% este año sigue representando una cuarta parte del total. Hay que destacar el auge de sus ventas en América del Norte hasta alcanzar 2.753 millones de euros y en China (que incluye Taiwán, Hong Kong y Macao), que con un incremento del 18% alcanza los 2.469 millones de euros.

La única región con pérdidas es la de Rusia/Commonwealth of Independent States, que engloba lo que era la antigua URSS. Las ventas en esta zona se redujeron un 11% por un estancamiento del consumo, aunque si se tiene en cuenta el impacto negativo de las divisas sus resultados bajan un 33% hasta los 739 millones de euros.

Este mismo miércoles, la multinacional de material deportivo propuso que dos de sus mayores accionistas entraran en el consejo de administración con el objetivo de potenciar su internacionalización. Se trata del multimillonario egipcio Nassef Sawiris e Ian Gallienne, el representante del hombre más rico de Bélgica, Albert Frere, que han adquirido más de un 5% de la compañía alemana durante el último año.

Por marcas, Adidas lideró el crecimiento con un 18,4% y 13.939 millones de euros, mientras que Reebok incrementó sus ventas un 11% hasta 1.751 millones de euros el pasado año. Dentro de las otras marcas del grupo, Reebok-CCM Hockey creció un 17,7% y TaylorMade-Adidas Golf redujo sus ventas un 1,3%.