

EQUIPAMIENTO

Adidas aprovecha el tirón de Asia para facturar un 3% más en el primer semestre, hasta 10.800 millones

La marca alemana de artículos deportivos cerró los seis primeros meses de 2018 con un beneficio de 938 millones de euros, un 52,7% más que en el mismo periodo del año anterior.

Palco23
9 ago 2018 - 09:32

Adidas coge impulso en Asia. La marca alemana de artículos deportivos cerró los seis primeros meses de 2018 con una facturación de 10.809 millones de euros, un 3,1% más que en el mismo periodo del año anterior. Su beneficio neto se situó en 938 millones de euros, lo que supuso ganar un 52,7% más.

El principal mercado de Adidas fue Asia, donde sus ventas alcanzaron los 3.582 millones de euros, un 10,6% más, siendo la única región donde la marca creció a doble dígito. En Europa Occidental, su facturación fue de 3.023 millones, un 1,8% más, mientras que en Norteamérica registró unos ingresos de 2.122 millones, un 6% más.

Sin embargo, en Latinoamérica, sus ventas cayeron un 5,4%, hasta 847 millones. En Rusia y las antiguas repúblicas soviéticas, su cifra de negocio se situó en 297 millones de euros, un 12,9% menos, mientras que en la categoría que engloba a los mercados emergentes facturó 560 millones, un 13,1% menos.

La firma de las tres bandas facturó 9.772 millones de euros, un 4,6%, aunque Reebok se dejó un 10,3% y sólo ingresó 828 millones. Tras estos resultados, Adidas ha confirmado que mantiene su previsión para todo el ejercicio fiscal de 2018, donde espera que Norteamérica y Asia crezcan a doble dígito para conseguir unas ventas que superen en un 10% a las de 2017.

PALCO23

El consejero delegado de Adidas, Kasper Rorsted, ha señalado en un comunicado a los inversores que “hemos llevado a cabo otro fuerte trimestre a la vez que hemos activado exitosamente el Mundial de fútbol”. “Nuestro crecimiento estuvo liderado otra vez por nuestras áreas estratégicas, como Norteamérica, China y el *e-commerce*”, ha detallado.