

## EQUIPAMIENTO

# Adidas aumenta su beneficio un 16% tras facturar 23.640 millones en 2019

El distribuidor alemán de artículos de equipamiento y moda deportiva ha cerrado 2019 con un alza en las ventas del 7,9%, mientras que sus ganancias se elevaron hasta 1.977 millones.

Palco23

11 mar 2020 - 14:19



Adidas saca músculo en 2019. El distribuidor alemán de artículos de equipamiento y moda deportiva cerró el último ejercicio fiscal con una facturación de 23.640 millones de euros, un 7,9% más que el año anterior. Su beneficio neto se disparó hasta 1.977 millones de euros, un alza interanual del 16%.

“2019 ha sido un año especial para Adidas; hemos celebrado nuestro setenta aniversario y completamos la remodelación de nuestra sede central”, ha asegurado Kasper Rorsted, consejero delegado de la compañía. “Seguiremos acelerando nuestro crecimiento internacional y la transformación digital para ser más sostenibles, con la vista puesta en la Uefa Euro 2020 y los Juegos de Tokio”, ha añadido.

La marca Adidas aporta el 91% de las ventas del grupo y, tras crecer un 6,6% en 2019, su facturación se situó en 21.505 millones de euros. Reebok, también controlada por Adidas, aportó 1.748 millones de euros, un avance de sólo un 1,6% respecto a

2018.

## Reebok aporta el 9% de las ventas de Adidas, que se elevaron hasta 23.640 millones de euros

Por territorios, Asia-Pacífico es desde hace años su principal fuente de ingresos. En 2019 este mercado creció un 12,5%, hasta 8.032 millones de euros. En Europa, tras llevar dos años a la baja, Adidas logró remontar y crecer un 3,2%, hasta 6.071 millones de euros, aunque sigue siendo la región donde menos creció la compañía germana junto con Latinoamérica.

El mayor incremento se produjo en Norteamérica, donde Adidas aumentó su facturación un 13,3%, hasta 5.313 millones de euros. Rusia, por su parte, sigue ganando peso en las ventas del grupo y, tras crecer un 10,7% en 2019, los ingresos procedentes de este país ascendieron hasta 658 millones de euros. En otros mercados emergentes, no especificados por la marca alemana, el avance fue del 13,8%, hasta 1.302 millones de euros.

De cara a 2020 la compañía no ha establecido ninguna previsión concreta y específica que sigue "pendiente del desarrollo del coronavirus". "Hemos puesto un grupo de trabajo para monitorizar la situación y desarrollar las medidas necesarias, como fue la de cerrar temporalmente nuestras tiendas en China y limitar los viajes de los empleados", se indica en la presentación de resultados.

Como consecuencia, las ventas en China cayeron un 80% entre el 25 de enero y finales de febrero. Desde entonces, "hemos recuperado poco a poco la actividad comercial en China", incluidos los envíos que parten desde el gigante asiático a otros países, que habían quedado paralizados. Según las últimas estimaciones de Adidas, el negocio en China caerá en torno 1.000 millones de euros en el primer trimestre, mientras que el beneficio operativo retrocederá 500 millones de euros. Por ahora se desconoce el impacto en otros países.